Agriculture and Agri-Food Canada | Agriculture et Agroalimentaire Canada

Global Excellence

KEEPING THE MOMENTUM

Agriculture and Agri-Food Canada

Corporate Strategic Plan 1998 - 2001

French

Canada

Keeping the Momentum

In the agriculture and agri-food industry today, everything we do is set against a shifting backdrop of changing global realities. Globalization, for us, isn't just a cliche. It's real. And it is the challenge presented by this new reality which, above all, has shaped our approach to the future.

At AAFC, when we speak of Global Excellence, we're talking about much more than marketing Canadian canola in Asia, or shipping dairy genetics to 100 countries around the world- though these things are certainly a measure of the kind of world in which we live.

Global Excellence can only be achieved on a foundation of excellence here at home. Domestic sales are approaching $90 billion, and this home-grown success is a springboard to achieving increasing global success. Canadian consumers are among the most discriminating in the world. Ours is a diverse, increasingly sophisticated marketplace. We improve our sales by improving our products- and this market acumen, combined with Canada's excellent reputation for food quality and safety, is key to global success.

Already, Canadian products have proven themselves in the world arena. Exports have surpassed $22 billion, well ahead of our own predictions. And our industry is now setting its sights on doubling that figure by 2005. This is an ambitious goal, but industry is prepared. In Canada's food processing sector alone, investment is up from $1.4 to $1.9 billion over the last three years. The productivity of Canadian farms is on the rise- and we're boosting our output while taking better care of our environment. This bodes well, not only for Canadians, but for people world wide. Increased farm productivity is essential if we are to meet the needs of a growing global population.

Top

Trade, both domestically and internationally, means jobs and growth opportunities for Canadians, in processing, in distribution, in marketing, and a score of other industries. Of the two million jobs our sector

supports, three of every four exist beyond the farm gate. But success in the sector is also, of course, a good predictor of success on the farm.

Every one of us working in agriculture depends, to a large extent, on what happens on the farm. In rural areas, in particular, agricultural success is often pivotal to a strong economy. That's why AAFC is coordinating the government-wide effort to build stronger rural communities. Through a host of joint programs, including the Canadian Rural Partnership which pulls together the resources of more than 20 federal departments and agencies, we're finding new ways to equip rural communities to compete in the global economy.

At Agriculture and Agri-Food Canada, we are working hard on behalf of Canadians- and more importantly, we are working with them - to build a foundation for continued excellence. In an increasingly competitive world, Canada's success depends, more and more, on this kind of coordinated effort. And to deal with the complex challenges ahead, our department has made fundamental changes in the way we work individually, with each other, and with the agri-business community.

102-01780/

Clearly, in these tough fiscal times, it is increasingly important to understand exactly where our strengths lie. That's why AAFC has set out three strong business lines that define where we will place our best efforts: Expanding Markets, Innovating for a Sustainable Future, and Strong Foundations for the Sector and Rural Communities. A fourth line, Sound Departmental Management, gives us the capability to perform with excellence.

Our core business lines fix clearly on targets that matter to all Canadians- targets for industry growth and rural prosperity. This Corporate Plan spells out how we intend to reach those targets, by pulling together talents from every branch of the department and our sister agencies, and from right across the sector. AAFC works handin-hand, for example, with the new Canadian Food Inspection Agency,which is the first Agency of its kind in the world. With the establishment of CFIA, we are strengthening our reputation as a leader in food inspection and safety: the CFIA model is being studied around the world.

As the next few years unfold, a great deal will depend on our ability to transform ourselves as an industry: to take risks, to maintain our competitive edge, and to build our future through sound environmental stewardship of our land and resources. Together, we must take care of the industry of tomorrow, today.

In short, we know where we are headed. We've set ambitious goals, but they are realistic ones, given the expertise we can marshal from right across the sector. Success, of course, may not always come easily: this Corporate Plan sets the stage for a challenging three years. But in my experience, the agriculture industry has never been afraid of hard work!

Lyle Vanclief
Minister of Agriculture and Agri-Food and Minister Coordinating Rural Affairs

---

Next

Canada

Global Excellence

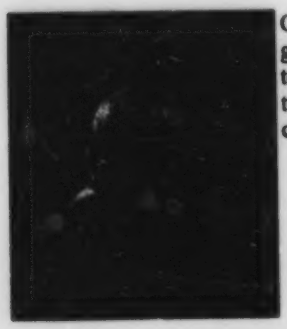
Canadian Agriculture
and Agri-Food Today:

A Springboard to Excellence

"More and more, we're doing business in the world food market – that's where the opportunities lie. But many food producers and processors around the world are pursuing the same opportunities. We have to be world-class competitors."

Lyle Vanclief
Minister of Agriculture and Agri-Food and
Minister Coordinating Rural Affairs

Building on firm footings	Record export sales	The Agriculture and Agri-Food Sector
Investment and jobs up	Global opportunities	Capitalizing on proven excellence
Going Global		



Canada is a trading nation. This has always been true, but today, success in the competitive global environment is not just desirable: it is essential. Canadian excellence, measured in global terms, will shape the future of Canada's agriculture and agri-food sector, and the future of the two million Canadians who make their living in some way from the land. This dynamic sector contributes nearly nine percent to Canada's Gross Domestic Product.

Building on firm footings

The agriculture and agri-food sector has established a strong basis for growth. The pursuit of Global Excellence depends in large part on international sales, but our success in global markets in turn rests on continuing development of worldclass products here at home and our excellent reputation for food quality and safety. Canada's healthy domestic markets are our springboard to international success.

Domestically, Canada has done well. Food and beverage sales to Canadian consumers approached $90 billion last year; in the food processing sector alone, investment is up 30 percent over the last three years. And the Canadian Food Inspection Agency, established last year, captured international interest as a model for excellence in food safety.

Record export sales

Internationally, the sector has generated considerable momentum over the last few years, bettering targets set by industry and government, and achieving over $22 billion in export sales in 1997. Canadian sector has made strong headway in this lucrative global market. Agri-food industries are numbered among Canada's biggest and most important. McCain Foods Limited, which has plants in 10 countries and sales approaching $5 billion around the world, was named one of Canada's top 10 exporters for 1997. The Canadian Wheat Board is easily the largest such marketing entity in the world, selling $4-6 billion of wheat and barley annually to some 70 countries.

Everything from meat to french fries now moves more freely and in greater quantities around the world. And this, of course, is not due solely to agri-food giants, but to a number of newer products and smaller businesses that are carving their own niches on the world stage.

Investment and jobs up

These increased sales, whether they are abroad or here at home, have enabled Canadians to increase the country's economic output and
create new jobs in the sector. Both output and employment have responded positively over the last two to three years. Today, one in seven Canadians make their living in the agri-food sector. Our farms are increasingly productive and, over the last year, there have been sure signs of increasing optimism: statistics from across the country report that sales of tractors and combines are up. Livestock production alone has grown more than 20 percent, with almost all of this growth going to export markets. Our output
of processed agricultural products has increased substantially. For the first time, in 1996, Canadians exported more processed food than we imported.

Global opportunities

To realize real growth in our sector, Canada is increasing business in the booming global market. Foreign markets are larger and have grown at a much faster pace than domestic markets: worldtrade in agriculture and agri-food products more than doubled between 1985 and 1996, growing to $US 464 billion.

Canadians must go where the opportunities are - and that applies to the entire agri-food system of input suppliers, producers, processors, further processors, distributors and exporters.

As well as increased opportunity, however, Canadian producers and processors can expect more aggressive competition not only for the international market, but for our Canadian market. While that Canadian market is more mature than many others around the world, there is still considerable room for steady growth, particularly for industries which adapt to changing customer demographics, reflecting an aging, more sophisticated and ethnically diverse Canadian population.

Capitalizing on proven excellence

Global Excellence describes how AAFC, together with sector partners, intends to help build a growing, competitive, market oriented sector that is increasingly self-reliant. We intend to capitalize on Canadian excellence: our productivity, our technology, our sustainable practices, and newly developed mechanisms to stimulate and stabilize the farm and rural economy. Global Excellence also looks at key changes within our department, to better provide our workforce with the tools they need to get the job done.

The Agriculture and Agri-Food Sector:

- is the third largest employer in Canada, providing jobs for two million Canadians. Three of every four work "beyond the farm gate".
- has doubled its impact on the economy in less than two generations, now contributing just under nine percent to our Gross Domestic Product. In 1997, trade surpluses in agri-food were up to $7.4 billion (up 52 percent from 1995).

- provides Canadians with some of the safest, most economical food in the world. Second only to the Americans, Canadians spend under 10 percent of their disposable income on food, compared to up to 24 percent in other industrialized countries.
- is increasingly adopting conservation tillage: more than 50 percent of our seeded land.
- benefits from the technique, which not only cuts farmers' costs, but also reduces soil erosion, improves wildlife habitat, and holds carbon in the soil, thus reducing greenhouse gas emissions.
- spends $1 billion on agri-food research and technology. In 1997–98, AAFC invested $353 million.

Going Global:

Aiming at a larger share of the global pie

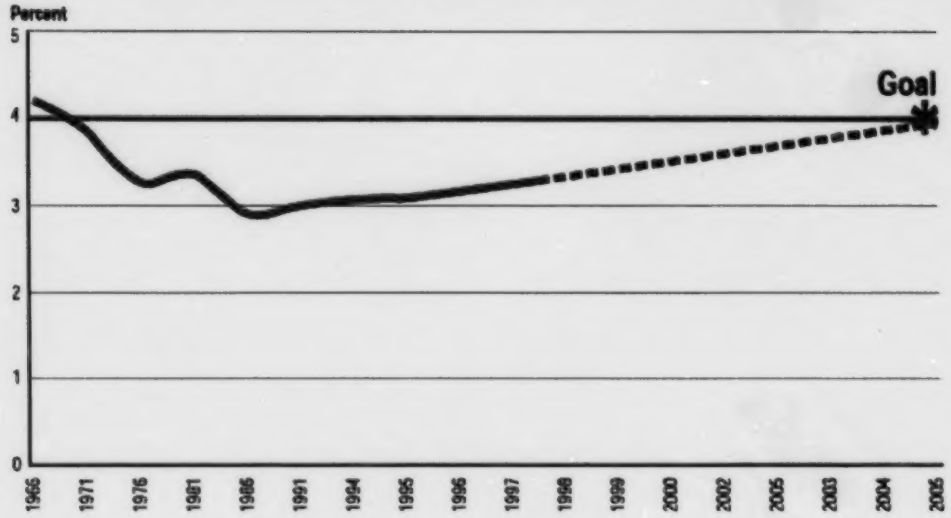
"We want and we can get a larger share of that global pie."

Minister Lyle Vanclief,
February 1998

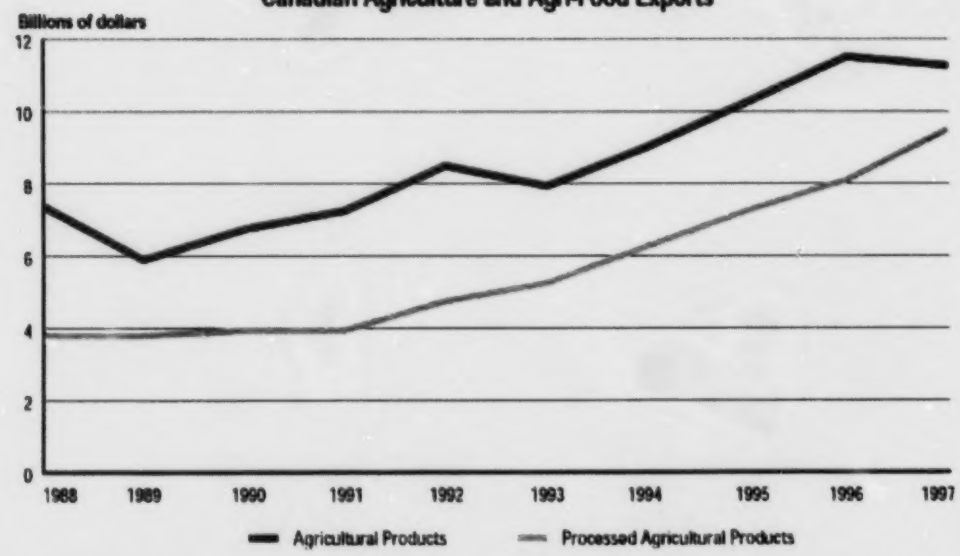
The **Canadian Agri-Food Marketing Council (CAMC)** and the agriculture and agri-food sector are aiming to double Canada's agriculture and agri-food exports by 2005. Created by Minister Vanclief in February 1997, CAMC takes a Team Canada approach, advising the Ministers of Agriculture and Agri-Food and International Trade. CAMC, which is made up of a range of leaders from across the agri-food sector, is working with government to increase Canada's share of world agriculture and agri-food exports from three percent to four percent. Meeting this ambitious goal, which could translate to $40 billion Cdn in sales by the year 2005 if current trends continue, will require Canada to export a much higher proportion of processed agricultural products.

Export Growth

Canadian Share of World Agriculture & Food Products Market



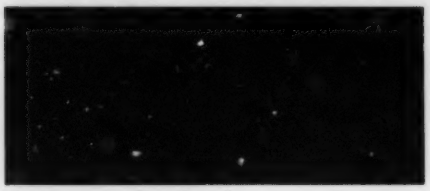
Canadian Agriculture and Agri-Food Exports



The sector's target is to have at least 60% of our agriculture and agri-food exports coming from processed agricultural products by the year 2005. In 1997, Canada's exports of processed agricultural products accounted for 46% of our total agriculture and agri-food exports — up 43% since 1988.

Can We Keep the Momentum?

Industry Outlook | Primary Sector Ready to Grow | Processing Sector Gearing Up



Industry Outlook

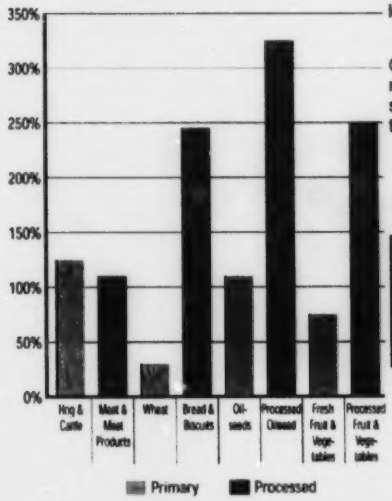
Overall, the outlook for Canada's agriculture and agri-food sector over the next three years is positive. Expectations are for vibrant export and domestic market growth, particularly processed agricultural products. Canadian agri-food is increasing. Our spending on food products at home and abroad should grow, on average, by $2.0 billion annually. And the Canadian food and beverage sector could capture $1.5 billion of this growth annually. As well the increasing business confidence in the Canadian economy should encourage new investment in the Canadian agriculture and agri-food industry.

Export markets will be key, with projections for world trade by the year 2005 varying from $US 625 billion to $US 745 billion.

The challenge for Canada will be to maintain our advantage in an era of rapid economic change, new trade agreements, new technology, shifting global markets, and changing consumer demands. Past success is no guarantee of future success. In order to remain competitive and profitable, the agriculture and agri-food sector has to **increase its productivity.** This means, among other things, developing and adopting **new technologies** that give Canadian business an edge, as well as finding affordable, technological solutions to the **environmental challenges** facing producers as they expand production.

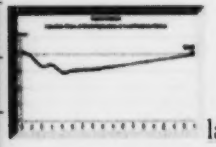
Markets are volatile, and both government and sector must work together to ensure producers are cushioned from the effects of **potential declines in market prices.** Canadians must be prepared to offset any declines, with a blend of increased productivity, effective **farm income risk management programs,** and an increasing focus on processed agricultural products.

Percentage Increase in Selected Exports from 1990 to 1997



Capitalizing on diversification: Canada's success in volatile global markets will continue to depend on sector diversification and the sector's ability to meet the changing needs of global consumers. When declining wheat prices reduced the value of Canada's total grain exports by nine percent from 1995 levels, increasing exports of other commodities maintained Canada's trade surplus.

On the rise: Overall export sales of oilseed products have more than doubled in less than a decade moving from $2.87 billion to $9.5 billion. Red meats showed similar growth ($2.4 billion in 1997), and several smaller sectors performed excellently, with sales of vegetables increasing considerably over the last seven years, to $432 million.



larger version

Products that take on the world

Although canola seed was virtually unknown in Mexico in the early 1980s, Canadian sales in 1997–98 were 535,000 metric tonnes, thanks largely to the joint work of the Canola Council of Canada and AAFC's AIMS program (Agri-Food Industry Market Strategies). The "Cinderella" crop, developed in Canada, is the fastest growing oil product in the lucrative United States market, and Canada is targeting newer markets such as the Philippines.

Primary Sector Ready to Grow

The productivity of Canadian farms is on the rise. Production grew from $25.7 billion in 1996 to $28.2 billion in 1997. The lion's share of Canadian production feeds Canada's growing domestic market, but fully 40 percent of Canada's production is available for export.

Over the last decade, Canadian producers have increasingly emphasized oilseeds, and their popularity has offset the volatility of wheat prices. Canola alone is now grown on over 15 million acres in Western Canada, and this larger production, plus increased oilseed crushing capacity, will continue to contribute to export success.

Traditionally, Canada's largest export market sales have been in grains: Canada's bulk sales of wheat and barley, which are marketed by the Canadian Wheat Board, account for between $4–6 billion in exports annually. The Wheat Board is the largest single wheat and barley marketing organization in theworld, selling to over 70 countries worldwide, often through trading offices in Winnipeg, Vancouver, Tokyo and Beijing. With its 63 years experience in international marketing of Canadian grains, combined with the expertise of prairie farmers and the world recognized prestige of the Canadian Grain Commission inspection system, Canada should remain a leading international competitor in grain exports.

Several other sectors have shown excellent growth potential. Livestock production, which grew by over 25 percent between 1992 and 1997, continues to exhibit strong growth potential. Ample feed supplies (at competitive prices) and continued investment in processing facilities set up favourable conditions for expansion of the Canadian livestock and meat sector over the next decade.

Fresh vegetables, though a small industry compared with other sectors of agriculture, showed continued growth this decade. Improved production technology boosted greenhouse tomato exports from Ontario and British Columbia; sales rose dramatically in U.S. markets, and the tomatoes are being tested for acceptance in Japanese markets.

Processing Sector Gearing Up

A decade ago, Canada's food and beverage processing sector was oriented primarily toward the domestic market, with 8.8 percent of total sales being exported. Since then, processed food export sales have more than doubled. Based on preliminary data, the sector exported some $9.6 billion-worth of processed food products in 1997.

This is a positive sign of future potential, but despite our increased sales in this area, our market share has declined as world markets have grown in size. This is one reason for the aggressive goals set by sector (See Going Global)which require Canada to boost exports of processed agricultural products to 60 percent of total agri-food exports by 2005. Most of this growth is expected to come from our eight priority export markets: the United States (which now buys some 75 percent of Canada's processed food exports), Japan, the European Union, China, South Korea, Taiwan, Mexico and Brazil. Strategies have also been developed for four emerging markets: Philippines, Singapore, Colombia and Russia.

Several processed food sub-sectors are leading the way, by gearing up industry capabilities. For example, the overall export sales for the red meat sub-sector, including beef and pork, was $3.1 billion in 1997, and much of that growth stemmed from

investment in modern packing facilities and expansion of slaughtering and processing capacity, which enables Canadians to compete aggressively with U.S. packers. While the U.S. remains Canada's largest market for red meat, Canada captured a 10 percent share of the Japanese pork market in 1997, and doubled its beef exports to Korea (over 1996 levels).

The cereals and oilseed sub-sector is constantly renewing itself, with more processed agricultural products being competitively offered in international markets. The malting and oilseed crushing industries have doubled their capacity and export sales during the 1990s.

Despite the ambitious export targets, the domestic market will remain the most importam outlet for the sector. Roughly 80 percent of its products are consumed in Canada and at the factory gate, the Canadian market has grown by 14 percent since 1993. While importers are increasingly offering Canadian consumers new choices, our ownprocessing sector could capture $1.5 billion of the expected Canadian growth of $2.0 billion annually. Our success will rest on Canada's continuing ability to develop innovative new products: the sector has an excellent track record in developing the processed agricultural products increasingly favoured by domestic and international consumers.

Some of the growth in this sector, both domestically and globally, will result from large Canadian corporations, but Canada has also 2000 SMEs of varying sizes, able to handle a wide variety of products. Capital investment in the sector has been paralleling or exceeding growth in the United States.

While most signs for the sector are positive, a great deal will depend on an increased emphasis on partnership. Partners in the agri-food supply chain include not only producers and processors, but those agencies and groups, such as the Canadian Food Inspection Agency, which have ensured Canada an excellent reputation for food safety and quality. The Agency, which is the first of its kind in the world, is enhancing Canada's position as a leader in quality control, both through ongoing work with the sector to implement Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) systems to handle risks, and by working closely with the International Standards Organization (ISO).

Taking on the world:

"Rapid Response Teams" promote investment in Canada

When Heinz Bakery Products was looking to build a new North American plant, Canada was just another contender until AAFC staff joined with counterparts in other federal departments and the province of Ontario, to form a Rapid Response Team. The team cleared the way for investment. The result: a new plant in Trenton, Ontario employing 220 people.

Products that take on the world

AAFC's Canadian Grand Prix New Products Award showcases Canada's outstanding food products annually. The "All Canadian Award" winner becomes Canada's representative at the prestigious SIAL food show held every two years in Paris. Many have come home with the SIAL D'OR, France's highest food show honor. In 1996, President's Choice "If Chickens Could Fly" Seasoned Skinless Chicken Thigh Cuts from Loblaws and Aliments Flamingo of Iberville, Quebec, took gold, as did Dempster's three fruit breads, from Canada Bread,

Toronto.

Next

Achieving Global Excellence

The challenge for Canada is to expand economic growth and jobs by competing and winning in one of the most competitive environments in the world.

AAFC's agenda for success

The task for Canadians, as laid out by Lyle Vanclief, the Minister of Agriculture and Agri-Food and Minister Coordinating Rural Affairs, is to be nothing less than "world-class competitors... expanding economic growth and jobs by competing and winning in the global market." The challenge, for Agriculture and Agri-Food Canada, is to help Canadians succeed in this environment, which is one of the most competitive environments in the world. Global Excellence, in the sections which follow, will give stakeholders a clear indication of AAFC's course over the next three years. It defines how the department, together with the sector, can direct the future growth and prosperity of the Canadian agriculture and agri-food sector.

To deal with the complex environment ahead, Agriculture and Agri-Food Canada has made fundamental changes in the way we work individually, with each other, and with the agri-business community. We have set out three core business lines that precisely define where we will place our efforts:

- *Expanding Markets*
- *Innovating for a Sustainable Future*
- *Strong Foundation for the Sector and Rural Communities*

These core business lines fix clearly on targets for sector growth and rural prosperity, and to reach those targets, we are pulling together talents not only from every branch of the department and our sister agencies, but from right across the sector. Our fourth business line, Sound Departmental Management, is charged with ensuring that all resources that Canadian taxpayers have entrusted to AAFC - human, physical and intellectual - are appropriately allocated and utilized to achieve results that are valued by the agriculture and agri-food sector and Canadians alike.

The four lines of business serve as a departmental roadmap, providing clarity, strategy and the means by which to meet our goals. Through the business lines, branches and other departmental partners are linked and reliant on each other. AAFC's approach rests on teamwork: combining our forces with portfolio partners and external partners such as producers, food processors and distributors, universities and other federal and provincial departments.

As a result, the Department is now in a better position to report on its accomplishments and improve its contribution to Canadians.

OUR VISION FOR THE CANADIAN AGRICULTURE AND AGRI-FOOD SECTOR

A growing, competitive, market-oriented agriculture and agri-food sector that:

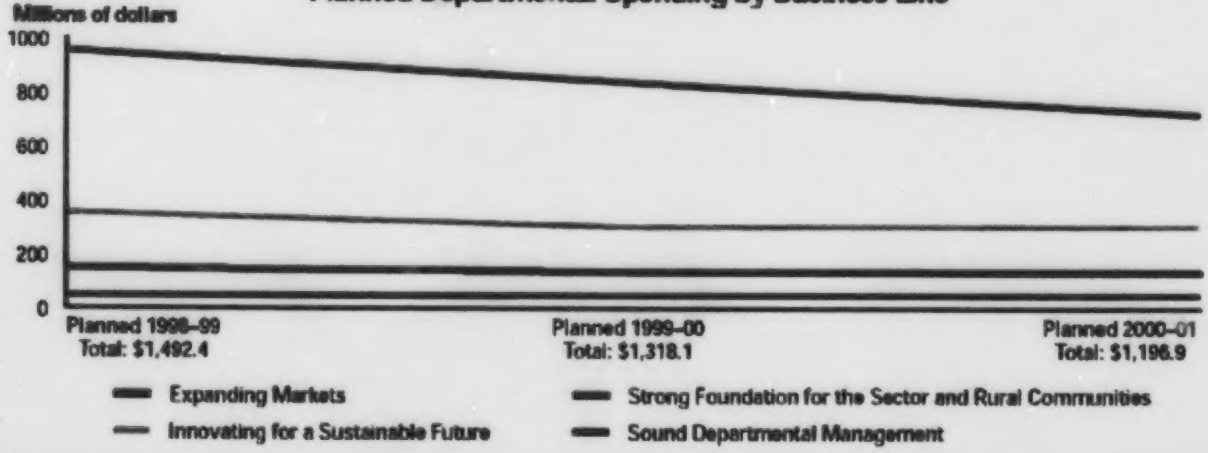
- is profitable;
- responds to the changing food and non-food needs of domestic and international customers;
- contributes to the well-being of all Canadians and the quality of life in rural communities while achieving:
  - farm financial security,
  - environmental sustainability, and
  - a safe, high quality food supply;
- is less dependent on government support; and
- is supported by a foundation of effective policies and infrastructure.

ORGANIZATIONAL RESPONSIBILITY FOR DELIVERY OF RESULTS

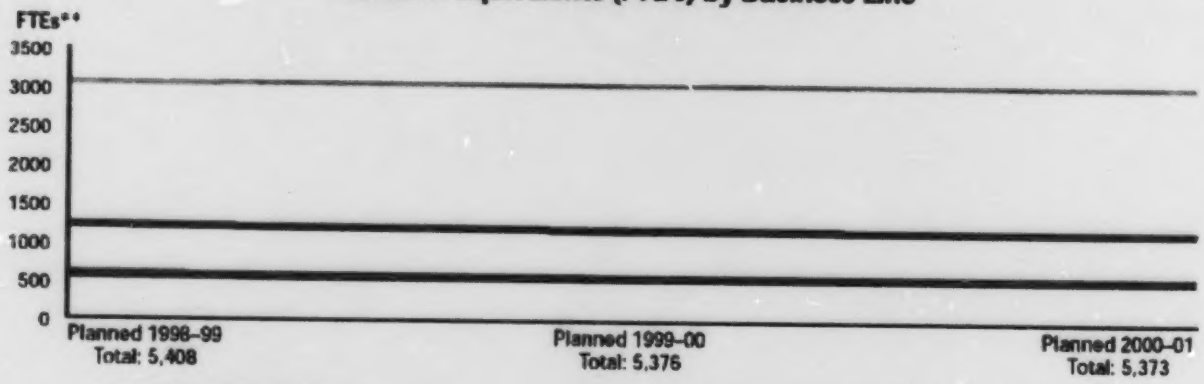
BUSINESS LINES	PRIMARY	CONTRIBUTING
EXPANDING MARKETS	Market and Industry Services Branch	Research Branch Policy Branch Canadian Grain Commission
INNOVATING FOR A SUSTAINABLE FUTURE	Research Branch Prairie Farm Rehabilitation Administration Policy Branch	Market and Industry Services Branch
STRONG FOUNDATION FOR THE SECTOR AND RURAL COMMUNITIES	Policy Branch Prairie Farm Rehabilitation Administration	Research Branch Market and Industry Services Branch
SOUND DEPARTMENTAL MANAGEMENT	Corporate Branches [1] Legal Services Executive Offices	Line Branches

1. Corporate branches include Corporate Services, Communications, Review, and Human Resources.

Planned Departmental Spending by Business Line



Full-time Equivalents (FTE's) by Business Line*



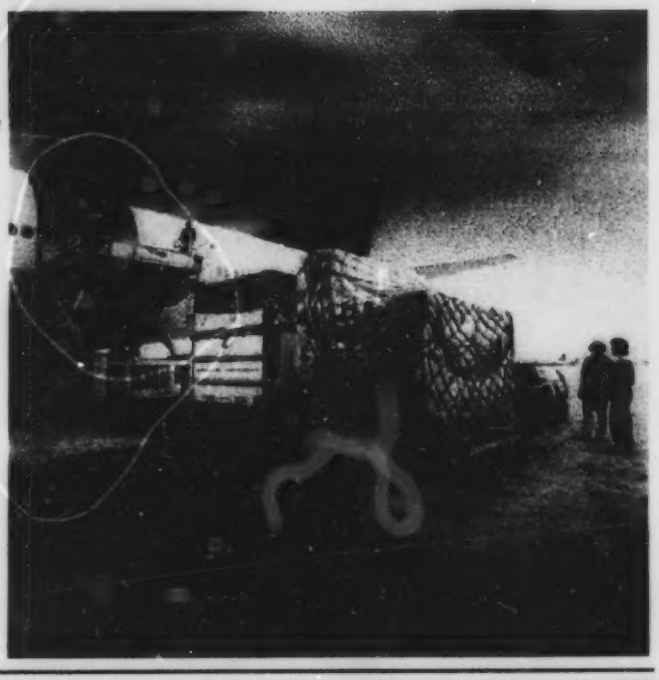
* Excludes [illegible] in Council Appointments and Minister's exempt staff.
** FTEs are a measure of Human Resource usage.

Next

Canada

Expanding Markets

Working with industry and other partners to improve and secure market access; to enable the agri-food sector to capture opportunities for trade in domestic and export markets,with a focus on processed agricultural products; and to increase domestic and foreign investment in the sector.



Tackling the markets

The Team Canada Approach	Market Access: Trade agreements spur growth	Breaking down trade barriers
Playing by the rules: International agreements build world trade	Market Development: Sector targets demand brisk pace	World-class products
Building market understanding	Improving competitiveness	Spurring Investment: Building the right climate
	The Agri-Food Trade Service (ATS): Paving the Way to Japan and Beyond	

Building on the agri-food industry's $22.3 billion in export sales success in 1997, Canada is well positioned to meet industry's aggressive export goals. We intend to use Canada's strong domestic market position as a springboard to even greater international success.

The Team Canada Approach

Meeting those goals will require a strong team approach, and in February 1998, AAFC, the Department of Foreign Affairs and International Trade, and Industry Canada together launched Team Canada Inc, a "storefront" for easier access to the group's programs. Team Canada Inc is a key aspect of the group's International Business Development Strategy, which integrates federal policies, programs and services to support Canadian exporters and their products. Team Canada Inc's Business Centre can be reached at 1-888-811-1119.

Market Access:

Trade agreements spur growth

Improved and more secure market access is crucial to success. AAFC works with other Team Canada Inc departments to negotiate and implement international trade agreements and resolve barriers to domestic and international trade.

AAFC plays a leading role as an international negotiator for the agriculture and agri-food sector. We focus not only on maintaining access to our major traditional market, the United States, but will also devote considerable effort to negotiations relating to the accession of China, Taiwan and many other countries to the World Trade Organization.

Canada is also the chair of the Trade Negotiations Committee, which will guide negotiations for the Free Trade Agreement of the Americas (FTAA) in 1998. The FTAA, launched at the April 1998 Summit of the Americas, is expected to be concluded by 2005.

On the multilateral side, Canada has an important role to play in World Trade Organization (WTO) agriculture trade negotiations. (See Playing by the Rules)

Breaking down trade barriers

As well as opening new markets, AAFC aggressively safeguards the Canadian agri-food sector's existing market access, defending our interests around the globe. In addition to working to settle disputes with our traditional trading partners (including the United States), we will increasingly build sector priorities into trade policy, and work to resolve or reduce technical or other trade barriers. We will continue, for example, to seek greater compatibility with our largest partners: this means pushing for
a level playing field in pesticides, in labeling, in product standards and in food health and safety.

Equivalency in regulation is important not only to protect consumers and the environment, but to smooth the way for a sector which has traditionally been frustrated by inequalities and the large number of regulations and regulators even within our own country. AAFC and its partner, the Canadian Food Inspection Agency, are simplifying laws and regulations, to make them more conducive to the growth we seek. The new single Food Act, for example, will bring together various federal acts while laying out a template for provincial legislation.

Products that take the world

ANUGA, the king of food fairs, is held every other year in Cologne, Germany. In 1997, a record 71 Canadian companies participated. The result: $27 million in onsite sales, and expected sales over the next year of another $66 million.

Expanding Markets: 3 Keys to Market Success	Key Expected Results
Market Access	• Negotiating trade agreements • Resolving barriers to domestic and international trade • Advancing Canadian interests through the activities of international bodies
Market Development	• Coordinating a strategic federal, provincial and industry partnership approach to export market development • Providing programs and services to promote growth in export and domestic markets for both products and companies • Fostering supply chain management and development of alliances as means to improve industry competitiveness
Investment	• Coordinating a strategic approach to investment in Canada's agriculture and agri-food sector with all levels of government • Providing programs and services supporting alliances to encourage domestic and international investment in the Canadian agriculture and agri-food sector • Supporting the Canadian agri-food sector with a view to increasing its capacity and capability to supply competitive products

Playing by the rules:

International agreements build world trade

"We can't bully our way around with countries larger and more powerful than us. That's a losing proposition. We have everything to gain by striving for trade rules that apply equally to all."

Minister Vanclief to the Canadian Federation of Agriculture,
February 27, 1998

Today's more liberal trade environment has benefitted Canada, more than doubling our two-way agri-food trade with the United States, for example, since the original Free Trade Agreement came into effect in 1989. Additionally, trade with emerging markets in Asia and Latin America has increased since the successful conclusion of the Uruguay Round of the GATT in April 1994 and the creation of the World Trade Organization (WTO).

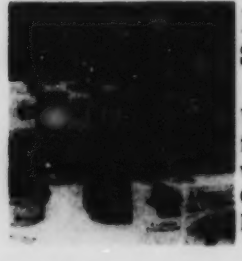
This success is thanks in large part to trade rules, which create a level playing field for global competitors. Canada used those rules to successfully defend Canada's system of tariff equivalents before a NAFTA panel in 1996, and is currently preparing to defend our dairy export pricing system against the latest U.S. challenge, this time at the World Trade Organization.

Canada has consistently pushed for a more open, rules-based international trading environment. Although Canada is a relatively small player in world agricultural trade, we can win internationally when all countries know - and play by - the rules. Our overall goal is to ensure that the trading framework provides a predictable and secure basis for growth.

AAFC is encouraging sector participants to think about their interests in the agricultural trading system. The Standing Committee on Agriculture and Agri-Food is conducting "take-note" hearings that will help the sector identify these interests for the upcoming WTO agriculture negotiations in 1999. And in spring 1999, AAFC and provincial governments will host a federal/ provincial/industry conference to help craft Canada's negotiating position.

Removing internal trade barriers: It's not small potatoes

Five years ago, legislation did not permit the shipping of small potatoes between provinces. The only markets for these potatoes were invariably close to production areas, and generally, modest. Gradually, consumer demand grew, but producers were leery of changing the system: would out of province competitors encroach on local turf? To gauge the extent of the problem, AAFC consulted with the Canadian Horticultural Council, and established test markets. The tests look good and a permanent grade for small potatoes is likely to be established under the Canadian Agricultural Products Act, permitting easy flow between provinces.



Market Development: Sector targets demand brisk pace

Working with the sector, the provinces and Team Canada Inc partners, AAFC will place special focus on market development. Specifically, this means among other things, increasing collaboration with the Canadian Agri-Food Marketing Council and the Federal/Provincial Market Development Council, and aggressive programming through the agri-food arm of Team Canada Inc, the Agri-Food Trade Service. (See AFS: Paving the Way to Japan)

Our key targets are the eight priority markets in which Canada has a firm foothold. The United States, for example, is our largest market, buying more than half of Canada's exported goods, and three-quarters of our processed agricultural exported products. In a decade, we have substantially increased our consumer-oriented exports to that country, and we intend to do more.

We are in the process of implementing three-to-five-year action plans to improve our performance not only in the United States, but in all eight priority markets (including Japan, the European Union, China, South Korea, Taiwan, Mexico and Brazil), which accounted for almost 85 percent of the value of Canadian exports over the past four years (1992-96). And, recognizing the importance of diversifying into dynamic newer markets, we have worked broadly with sector partners and provincial governments to develop strategies for emerging markets, such as the Phillippines, Singapore, Colombia and

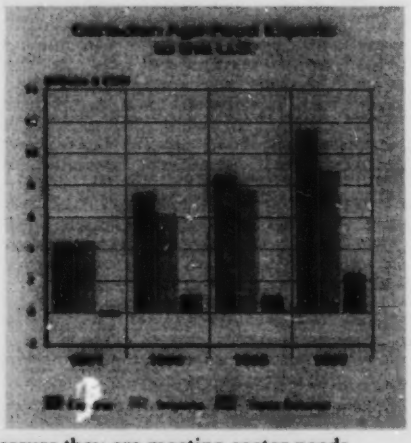
Russia.

World-class products

As a springboard to increasing Canada's exports, AAFC is working on the domestic front to encourage improved competitiveness, and position Canada as the supplier of choice for the 21st century. To enhance Canada's image as a reliable supplier of internationally competitive products, AAFC and industry will participate in at least eight of the world's key food shows, including SIAL, ANUGA and FOODEX. And a Ministerial mission to Latin America in September 1998, helped to promote Canada as a world class supplier of agriculture and food products.

Building market understanding

Export success is built on a sound understanding of markets. AAFC provides consultative services and advice to clients Canada-wide, helping them become export-ready. Today, as part of the Agri-Food Industry Strategies (AIMS) process, we work with 28 different agri-food industries and associations on strategic trade development initiatives. The "New Market Development Framework for Dairy", for example, gives all dairy industry stakeholders a voice in developing a longterm, industry-led national dairy export strategy. The industry is targeting world markets for dairy products, especially in the processed agricultural products class.



Improving competitiveness

A successful sector is a responsive industry, one which both understands consumer demands and is ready and able to supply them at a competitive price, both at home and abroad. Domestic consumer expenditures are growing by about 3.5 percent per year, and the Canadian food processing sector could capture, on average, $1.5 billion annual growth.

Success in the domestic market is essential if we are to take full advantage of growing export markets: by doing a first rate job in servicing the Canadian market, we build our ability to succeed in competitive markets everywhere. We are working closely with the provinces and with the Canadian Agri-Food Marketing Council to improve Canada's ability to meet evolving market requirements. This includes an analysis of government services and programs to assure they are meeting sector needs.

Spurring Investment:
Building the right climate

Canada's primary challenge for the 21st century will be to develop a supply of the right products in sufficient volumes to meet buyers' needs, particularly in processed agricultural products. To keep up with the market demand our sector expects to generate, Canada must attract investment.

AAFC is focusing particularly on the food processing industry, working to precisely define the role of investment in developing its supply capability. And in close partnership with the provinces, we have developed a Federal/Provincial Agri-Food Investment Strategy to retain existing investment and promote new investment. It was presented to the Federal/ Provincial/ Territorial Ministers of Agriculture during their annual conference in July 1998.

Our goal is to improve the investment climate and promote Canada's advantages as an investment location. We intend to broker more investment matches - bringing international and domestic investors together not only with small and medium sized agri-food businesses, but with Canadian multi-national enterprises.

In the coming years, the joint committee will develop a work plan to collaborate on issues including supporting Canada as a choice investment site and addressing barriers to investment expansion. Export success depends, as well, on intensive work to increase the scale of many of our food processing plants, and speed up the adoption of new technology. This means providing the domestic sector with better access to investment capital. It means developing rural adaptation initiatives as a vehicle to bring about change in our sector, and it means fostering alliances between sectors and governments, and between subsectors of industry. As well, AAFC will provide guidance to the sector, through international analysis of key sectors, to assess our Canadian competitiveness, including the challenges posed by emerging competitors and the strengths on which we can build.

Pork exports double

Building market readiness means specialized work with exporters in every region of Canada. Working with Canada Pork International, for example, AAFC contributes funding from the department's AgriFood Industry Market Strategies (AIMS), as well as international trade policy support and participation on trade missions. The joint effort has contributed to a 100 percent increase in pork exports since 1991.

Investment Excellence

Canada is a prime location for business investment, says KPMG, an international consulting firm. It has lower business costs than the United States and five leading European countries - France, Germany, Italy, Sweden and the United Kingdom.

Access Latin America

They came from Argentina... Brazil... Chile... Colombia... Mexico... Panama... Venezuela! During one week in February, 1998, 25 buyers and nine Trade Commissioners representing some of Latin America's largest and most influential agri-food companies left the summery southern hemisphere to visit Toronto, Montreal, and Moncton. The result of the mission, for Canadian suppliers: close to 700 one-on-one meetings to help Canadians "Access Latin America".

The Agri-Food Trade Service (ATS): Paving the Way to Japan and Beyond

When the ATS introduced Canadian agri-food companies to a major Japanese buyer last fall, the Canadians, alert to market possibilities, did some product modifications to suit Japanese preferences. The result, three scant months later: several millions of dollars-worth of new export sales, despite the down turn in the Asian economy.

The ATS, which was three years old in June 1998, provides a single-window, federal export trade service, dealing with Canadian businesses from their initial inquiry right to the international marketplace. ATS offers access to staff in regional offices and to national experts, and linkages with agri-food trade specialists in Canadian embassies abroad. It brings together a number of players to ease the way: Economic Development Corporation, Atlantic Canada Opportunities Agency, Western Diversification Office, Canadian Economic Development Agency for Quebec Regions, and Industry Canada.

ATS Online, the Internet website (http://atn-riae.agr.ca) which includes not only trade leads and market information but a database on foreign buyers, is estimated to serve over 1200 clients per month plus an additional 500 visits to the foreign buyers' database. ATS Online is directly linked to ExportSource (http://exportsource.gc.ca), developed

by Team Canada partners to link Internet sites government-wide, and provide immediate export information on regulations, financing, statistics, trade shows, missions and more.

Next

Canada

Innovating for a Sustainable Future

Working to support the sector's efforts to develop and produce competitive products and processes in an environmentally sustainable manner.

Toward a competitive, sustainable future

Innovating: Adding Value	Innovation through strategic partnership	Collaborative Investment: The fragrant scent of success
A catalyst for excellence	Sustainable Resource Use: Economic and environmental objectives converge	Protecting the Environment. A Canada-wide revolution in seeding practice

Long-term competitiveness depends on innovation - and Canada's agriculture and agri-food sector is emerging as one of the most innovative, knowledge-intensive sectors in the marketplace. But to maintain a world-class reputation for innovation requires investment. If Canada is serious about growth, it has to invest its resources where Canadians get the greatest benefit for the sector.

Analysis shows that the best returns are from agri-food research. (See Accounting for Canada's bread basket) **The agri-food sector spends $1 billion on agri-food research and development with AAFC investing $353 million in 1997-98.**

Innovating: Adding Value

AAFC's world-wide reputation for agricultural research is earned through a continual pursuit of excellence, Over the next three years, for example, we will introduce the first mustard producing canola-quality oil, and a high-protein soybean variety for eastern Canada - both reflecting what producers need to meet the needs of a changing market.

Our R&D focuses not only on crops, but on reducing input costs, while improving what we produce and how we produce it. That includes safety, both of our products and our processes. It includes environmental sustainability, helping Canadians conserve our soil, water, air quality and genetic resources. (See Products that take on the world.) **And it includes finding added value in familiar products - such as our work to license, by 2000, the pharmacologically active component of flax, and technologies for natural flavours and colourants.**

Innovation through strategic partnership

We intend not only to keep up our own investment in R&D, but to stimulate greater investments throughout the sector. Today, industry contributes little more than 20% of total research and development efforts in agri-food. And while, Canada-wide, research investment in the agri-food sector is growing, so is the sector's Gross Domestic Product. Therefore, the total investment from public and private sources, as a percentage of GDP, has remained the same since 1991, at 2.7%. While this is better than some other sectors, we can improve our performance, particularly through more effective partnership.

AAFC focuses its research specifically on activities that the private sector, working alone, cannot undertake at a profit. AAFC's Matching Investment Initiative (See Collaborative Investment.) **has been a major success since it was**

launched about three years ago. Investments, which have consistently shown annual growth, are projected to reach $70 million annually by the year 2000.

Our thrust is to work increasingly with industry. The Prairie Farm Rehabilitation Administration, for example, is managing our $64-million contribution to the Canada-Saskatchewan Agri-Food Innovation Fund, launched in 1997. It is a $91 million, industry-led initiative which specifically supports new and emerging commodities and valueadded production.

The Fund includes both mega-projects and more tailored programs, such as the five pilots PFRA is conducting in partnership with producer groups and Aboriginal Peoples: they are using the GIS (Geographical Information Systems) to build understanding of specific district landscapes, and spell out options for diversified cropping in the areas.

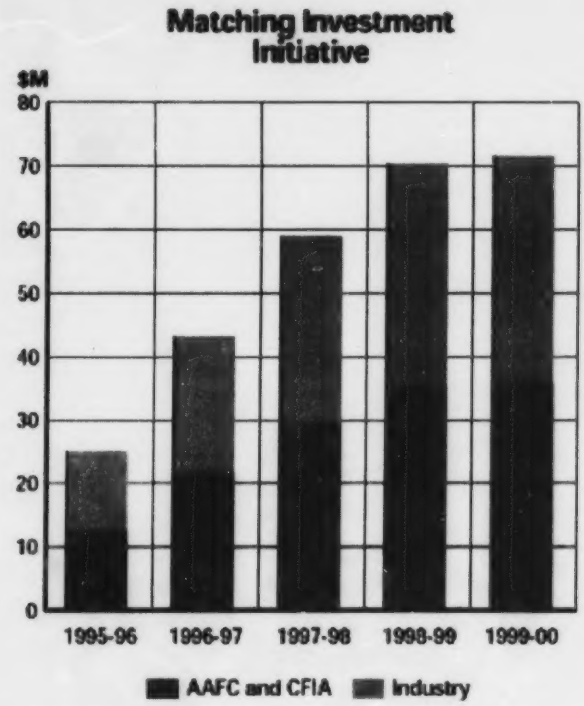
Products that take on the world

A Canadian innovation, a seeding mechanism designed to operate in untilled soil, is now selling worldwide. That's the domino effect at work: innovative farming practices which are good for the environment, lead to new products, which are marketed abroad and here at home.

Australia is fertile ground for some Canadian oat varieties, and that means money ploughed back into Canadian agricultural research. Thanks to their superior disease resistance, the Dumont, Riel and Robert oat varieties developed by AAFC's Cereal Research Center in Winnipeg have captured about 15 percent of the seed market in northern Australia. Royalties generate about $10,000 a year. (AAFC publication excerpt, Agri-Beat)

Innovating for a Sustainable Future 3 Keys to Success	Key Expected Results
Innovation	• Offer services & technologies that conserve soil, water, air quality, and genetic resources • Increase collaborative research between industry and the department • Introduce – stress-resistant crop varieties and new crop protection and production systems – new animal production and protection systems – new value-added food and non-food products and processes
Sustainable Resource Use	• Assess/manage land and water capabilities for sustainable use • Increase knowledge and adoption of innovative resource-based information into agriculture and agri-food systems • Increase contribution of the sector to international environmental commitments
Integrated Policies and Decision-making	• Implement an environmentally-sound agri-food policy framework • Provide information to support environmentally sustainable agri-food

---



Collaborative Investment:
The fragrant scent of success

Canada is poised to become a much bigger player in the world vanilla trade, thanks to research at the Food Research and Development Centre in Saint-Hyacinthe, Quebec. The center, which is always on the lookout for processed agricultural products, teamed with the Canadian subsidiary of the Swiss-based company, Givaudan-Roure Inc., to find a way to boost vanilla production. Givaudan-Roure accounts for about 10 percent of the world market in the high-value vanilla industry.

After two and a half years of careful lab work, the AAFC researchers developed bioprocessing techniques that increase the bean's output by seven percent. With this new technology, the company is concentrating its world vanilla output at its plant in Brampton, Ontario, employing 80 people.

The project is just one of many hundred collaborations. Today, many joint projects are undertaken under the Matching Investment Initiative (MII) with contributions from the Canadian Adaptation and Rural Development Fund (CARD). Through MII, the department matches, dollar-for-dollar, the investments of industry in projects ranging from the development of new soybean cultivars for soymilk, to creating flavour enhancers for yeast, to perfecting screening techniques to find the ideal yellow-pigmented durum wheat for pasta noodles. The MII, introduced in 1995 with a budget of $12.5 million, generated 500 projects in the first year, which translated into more than $23 million in combined government/industry investment. Some 886 projects were undertaken in 1997-98, and budgets have grown steadily, to $35.2 million in 1998-99 (including AAFC and CFIA) for a total government-industry investment that could reach over $70 million. Investment for the following two years will be $35.8 million each. (AAFC Publication excerpt: Agvance)

Accounting for Canada's bread basket

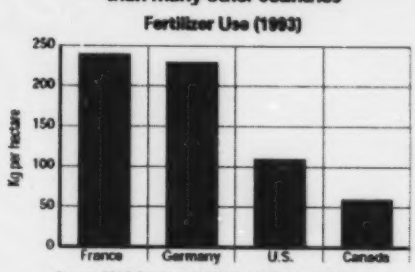
Using conservative estimates, university and federal economists have concluded that wheat research provided a return on investment of 34 percent - a net benefit per year of $377 million. Fully 80 percent of that research was undertaken by AAFC.

Research builds our ability to be competitive internationally. Over the next three years, AAFC will introduce the first hard white spring wheat variety, as well as a high-quality winter wheat variety, a prairie spring wheat with a significant improvement in protein content and another with Fusarium Head Blight resistance.

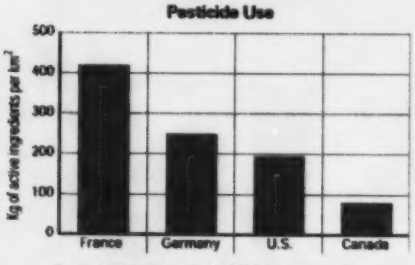
A catalyst for excellence

Much of AAFC's work is done through our network of 18 research centres, each with a specialized research focus reflecting industry strengths of the region where it is located. These centres of expertise are often the catalyst for industry growth. Research and innovation benefit from this clustering of specilized areas of research, which assembles a pool of knowledge and expertise in one area Saskatoon, for example, is becoming a world leader in agricultural biotechnology, and many of the department's top molecular biologists are now working in our research centre there. A growing number of companies, including multi-nationals, are coming to Saskatoon because this is where leading-edge research is developing. We are building on this momentum, which gives Canada the jump on many of its competitors: we are well positioned to catch the wave of new genetically engineered crops. The Oilseeds Section, for example, uses conventional breeding techniques and biotechnology to develop elite germplasm of Brassica species with traits that will maintain and enhance Canada's international competitive position in the production of Brassica-based oilseed crops. Our international reputation is enhanced by stringent Canadian regulation and safety assessment conducted by the Canadian Food Inspection Agency.

Canada uses less fertilizer and pesticides than many other countries



Source: OECD Environmental Data: Compendium 1995.



Source: Latest available data in OECD Environmental Data: Compendium 1995.

Sustainable Resource Use:
Economic and environmental objectives converge

In today's world, innovation alone is not enough. The challenge is to encourage adoption of research technologies and innovative farm and food processing practices that give Canadians a competitive edge today without endangering the resource base on which tomorrow's productivity depends.

(See A Canada-wide resolution to reading problems.)

Innovative solutions for land and water management must provide producers with environmental benefits and afford them greater economic security over the long term. The Prairie Farm Rehabilitation Administration, which advises and participates in community-based resource planning, works for example, to control soil erosion and maintain soil and water quality. We are producing a Prairie-wide assessment plan for land-based issues facing the sector, developing programs to increase awareness of environmental issues sector-wide, and working to maintain the biodiversity of federally controlled and private rangelands.

Midge Alert!
Predicting the future - Saskatoon style

Environmentally friendly solutions can help farm balance sheets. A serious wheat midge problem on the prairies led AAFC researchers at the Saskatoon Research Centre to develop a biological control system that reduces midge numbers by 30–80 percent. The program rests on the development of a Wheat Midge Forecast Map that allows farmers to concentrate on prevention, rather than relying on chemical control. Not only does the biocontrol system improve farm productivity; it improves the long-term health of the land.

Integrating Policy and Decision-Making

Increasingly, economic and environmental considerations need to be integrated into Canada's policies and decision-making. Our role is to provide leadership and direction. Maintaining biodiversity is a key issue for the health of Canada's environment, for example. AAFC will be working with industry and government partners over the next two years to implement AAFC's Biodiversity Strategy.

To improve decision-making, both within government itself and at the farm gate, we provide scientifically sound information and analysis. (See box, Agriculture in Harmony with Nature.) We will continue, for example, to work extensively with industry and the provinces to develop agri-environmental indicators, and publicize the data. Information, such as that provided by timely soil and water indicators, provides farmers with useful "snapshots" of how they're doing, and are important for good on-farm decision-making.

AAFC deals, as well, with issues that have a global impact, such as climate change. (See box, Taking care of the land.) And we examine policies that affect the sector as a whole. For example, the Farm Income Protection Act requires environmental assessments of all federal safety net programs for agriculture. AAFC researchers and policy analysts have established an innovative approach to this work, which we use to conduct environmental assessments of all policies and programs that are of public concern or of environmental concern. We will also assess new policies or those that are being revised.

The decisions we make have to be good for the economy and for the environment. That's the cornerstone of our department's policy and the foundation on which our farm families and our food industries depend.

Protecting the Environment

A Canada-wide revolution in seeding practices

Farmers are protecting their land - and their bankbook - simultaneously.

Today, more and more, it's HOW you plant that counts. Canadian farmers are increasingly adopting zero tillage -a production system for directly seeding crops into last year's stubble, with little or no disturbance of the soil.

According to AAFC's Prairie Farm Rehabilitation Administration, zero tillage and other types of reduced tillage practices herald a revolution in seeding practices. The new environmentally friendly farming practices are taking hold on Canadian farms. In west central Saskatchewan alone, use of zero or minimum tillage was dramatically up in 1998. It was used on over a quarter of all seeded fields (previously in crop or fallow), and on almost half of the stubble seeded fields (previously in crop).

Reduced forms of tillage are a type of risk management for the future, in that the system is a more sustainable way of farming - economically and environmentally. Incorporating a zero tillage production system on a farm saves the producer input costs (less tillage means smaller fuel bills, lower machinery depreciation and significantly less time and labor), while reducing soil erosion and improving wildlife habitat. And over the long term, it improves the soil itself, resulting in higher organic content and higher microbial action. The benefits go far beyond farm boundaries. Building up carbon in the soil helps reduce overall greenhouse gas emissions, and fewer tillage passes on the tractor means reduced air pollution.

Tomatoes in the Rye

AAFC scientists are planting processing tomatoes directly into rye stubble. Why? Rye cover not only keeps the soil in place and contributes organic matter: it also acts as a thermal blanket to protect delicate plants on cool spring nights, and keeps the soil moist during the dog days of summer. There's more: the rye emits an odor that confuses the archravager of tomatoes, the Colorado potato beetle, and the stubble is an ideal habitat for the beetle's predators. The result: less pesticide

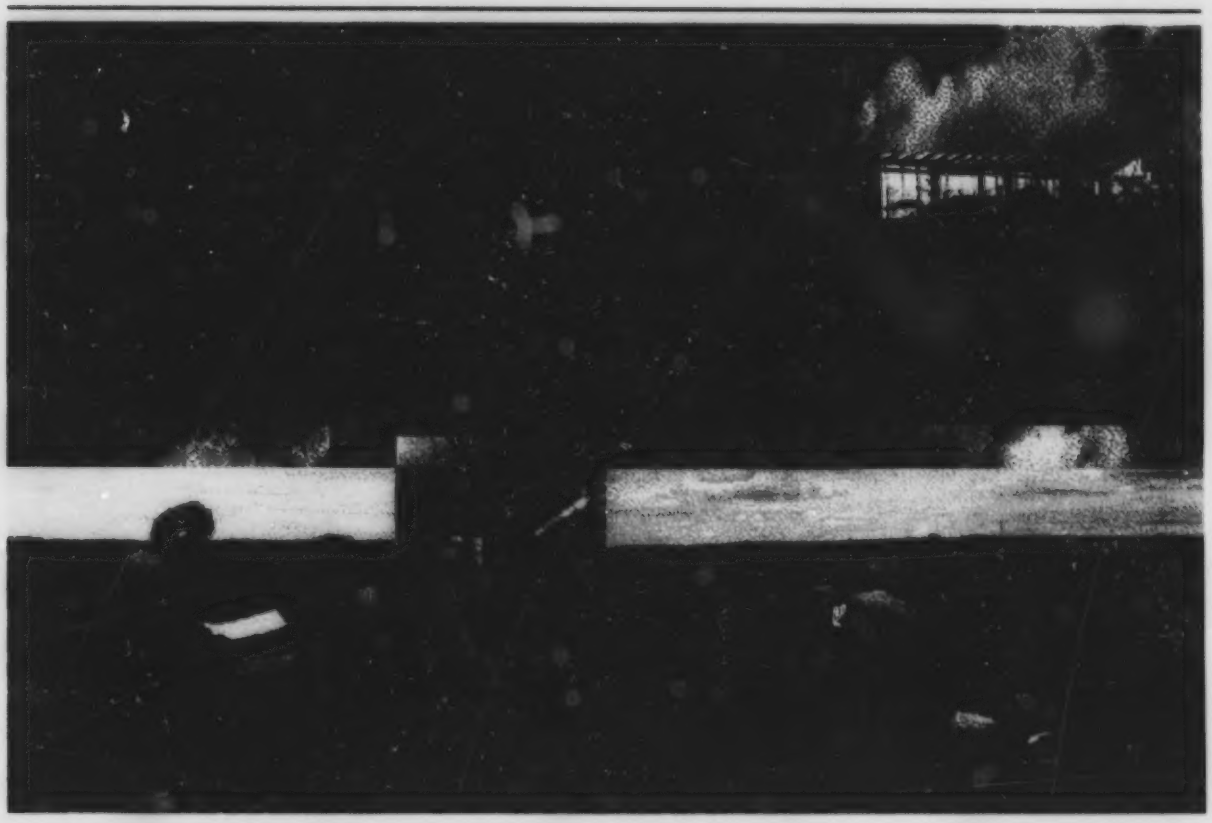
use.

Helping pork producers be good neighbors

Wondering how to create a menu for pigs that not only serves them well but cuts down on the pollutants in pig manure? AAFC researchers, working in collaboration with private industry, have some of the answers. Just punch the appropriate variables into the computer at the Dairy and Swine Research and Development Center in Lennoxville, and the PorcExpert program will come up with the ideal feed formulation. Fully 40 percent of excreted nitrogen can be cut back with the right menu, and it costs just 2 percent more than the usual diet.

But since transferring technology to the industry depends on getting the word out, these and other research discoveries are profiled on Earth Tones, a television series focusing on environmental science. Composed of 16 six-minute vignettes, the series airs weekly on the Discovery channel, highlighting scientific accomplishments at AAFC and Environment Canada.

These initiatives are only a small portion of AAFC's work with industry. With $2 million in funding under the Canadian Adaptation and Rural Development Fund, AAFC is developing a Hog Environmental Management Strategy with the pork industry and the provinces, to ensure the industry grows in a sustainable manner. Together, we are seeking innovative solutions to the environmental challenges of pork production.



Agriculture in Harmony with Nature

AAFC's sustainable development strategy, Agriculture in Harmony with Nature, establishes goals and a 3year action plan for agri-environmental sustainability. The strategy, which was developed in consultation with over 800 industry representatives, focuses on understanding where our best contributions to improving sector environmental performance can be made, using science as the base for solutions, promoting sustainable practices and building on our environmental strength in the world marketplace. For example:

· The newly-established National Soil and Water Conservation Program is a two year, $10-million fund under the Canadian

Adaptation and Rural Development Fund (CARD) to address environmental sustainability issues. Projects include planning for better environmental management on the farm, improved manure management, and conservation clubs to reduce the

---

Taking care of the land means taking care of the climate

First, the good news. Over the last decade and a half, emissions of greenhouse gases from soils have decreased substantially, largely because of improved land management practices. (Agriculture is estimated to contribute 12 percent of Canada's annual emissions). In fact, there is now potential for soils to act as a carbon dioxide sink.

Next - more good news. Working with industry and environmental groups, AAFC is developing a practical step-by-step plan to better our performance. We have established a Table of Experts to advise government on climate change analysis, and are helping shape a national climate change strategy that is mindful of the impacts, contributions, and solutions from the agriculture sector. The goal: to help Canada meet the commitment it made in 1997 in Kyoto, to reduce its emissions of greenhouse gases from 1990 levels by six percent by 2008-2012.

Previous Next

Canada

Strong foundation for the sector and rural communities

Working to enhance the sector's economic viability and self-reliance, while strengthening opportunities for rural development

Tools for a competitive 21st century

Policy Framework: Keeping Pace in a fast-moving world	Managing risk with a new generation of safety nets	How industry-led adaptation councils work
Adjusting to today's economy	Evolving supply management	Reforming grains and oilseeds policy
The Canadian Rural Partnership	The rural lens	Accessing the knowledge-based economy
Information - and infrastructure	Co-operatives: Investigating new opportunities	

In our work to build strong foundations for the industry and to strengthen rural communities, Agriculture and Agri-Food Canada directly touches individuals all across the country - whether through safety net and adaptation programming, through regulatory policies to boost the competitiveness of the agriculture and agri-food sectors, or through the federal government's increasing emphasis on rural development.

Our goal is to establish the business climate needed to support industry and rural communities, by developing concrete programs to encourage innovation, risk-taking and, increasingly, self-reliance.

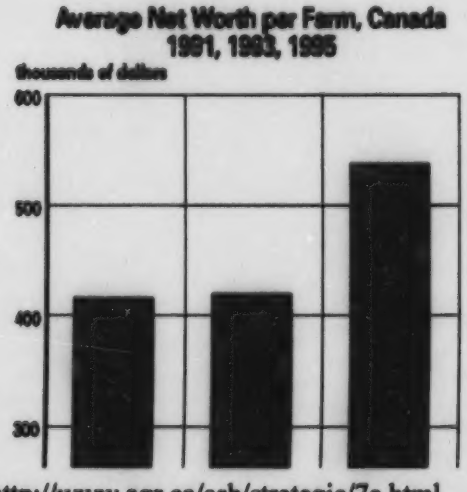
3 Keys to Success	Key Expected Results
Policy Framework	• Helping producers manage their own risks, and encouraging sector stability • Developing a responsive, self-reliant industry, able to adapt to a changing business environment (with a renewed set of adaptation programs) • Maintaining marketing and regulatory policies for: – the dairy, poultry and eggs industries (production, marketing, processing), and – raw and processed grain and oilseed products (production, marketing, transportation and handling) • Integrating agri-food interests into social and economic policies and programs across federal departments
Rural Economy	• Incorporating rural considerations into federal policies and programs • Utilizing service delivery mechanisms that increase rural awareness of and access to federal initiatives • Extending funding and technical support to help build rural infrastructure, so as to attract new, diverse businesses and build rural/sector self-sufficiency
Co-operatives	• Developing a legislative environment that allows co-operative businesses to respond to members' needs, while maintaining their uniqueness

Policy Framework:

Keeping Pace in afast-moving world

Canada's agriculture and agri-food policy framework provides a foundation that enables agriculture and agri-food industries and our rural communities to keep pace in a fast-moving world. The current generation of national safety net programs is helping producers manage risk, and adaptation initiatives are providing funding and assistance to help them flourish in an evolving business climate.

Many positive factors have been at work, including good market prices and low interest rates. But record market prices are expected to dip in 1998. AAFC's role is to help farmers manage that risk through a new generation of agricultural safety nets. These programs are widely used by farmers to cushion against significant drops in income due to bad weather or poor markets.



Managing risk with a new generation of safety nets

Over the last years, safety nets have changed to better suit today's market realities, shifting from individual commodity protection to a "whole approach. With the Net Income Stabilization Account (NISA), for example, producers have the opportunity to put money aside when times are good, as a hedge against a down turn in the market. More than 130,000 producers have deposited some $2.4 billion in their accounts. In combination with federal/ provincial Crop Insurance Programs and more targeted province-specific
companion programs, NISA lowers the long-term variations in net income, and facilitates stability in the sector.

The Government of Canada invests $600 million each year in safety nets, with the provinces spending an additional $400 million. The National Safety Net Review Committee, established in December 1997, is leading a comprehensive exploration of NISA and other safety net programs to

review and strengthen these programs. The Committee, which includes representatives from all major farm organizations, is seeking the best mechanisms to support the financial wellbeing of Canada's farmers. It is now in the process of finalizing its report to the Minister. This report provides an assessment of current programs and makes suggestions for changes. It will indicate farmers' priorities for future safety nets and outline the principles deemed important in establishing future directions. The income-based disaster programs implemented in three provinces are being assessed for suitability as part of this overall examination.

How industry-led adaptation councils work

To bring decision-making to the grass roots, AAFC turned administration of approximately 40% of the CARD Fund, or some $100 million, to industry-led adaptation councils in each province and territory. The adaptation councils, which are made up of a broad spectrum of industry representatives, set funding priorities, make allocation decisions and manage their share of CARD funding, to address self-identified areas of concern.

- With CARD funding from Ontario's Agricultural Adaptation Council, the Ontario Sheep Marketing Agency is able to apply new reproductive technologies, which would not have taken place otherwise. The project will strengthen the sheep industry infrastructure through systems for flock health accreditation and breeding strategies.
- The British Columbia Investment Agriculture Foundation provided CARD Fund support to the Okanagan Federated Shippers Association, to boost the long-term viability of the BC apple sector through examination of factors affecting Braeburn Browning Disorder. By improving product reliability, this project is helping to build a diversified industry.

Products that take on the world

Venison, anyone? Northern Fine Foods, a partnership of three Ontario-based food processing companies, is producing higher-value specialty game meat products for domestic and international markets. The company received the boost it needed with seed funding from AAFC's $60 million per year Canadian Adaptation and Rural Development Fund (CARD).

Adjusting to today's economy

This business line is also about responding to change and maximizing the opportunities flowing from new international trade agreements, advances in science and technology, and changing markets.

At AAFC, the four year $60 million per year Canadian Adaptation and Rural Development (CARD) Fund was launched in 1995 to strengthen the sector's economic performance and capacity to adapt. Through 23 national initiatives and 13 industry-led provincial adaptation councils, the CARD Fund supports the sector's efforts to adapt in areas where it would be difficult to do so alone.

It works through government-industry partnerships and strategic alliances. For example, CARD Fund provides $11 million to the Canadian Food Inspection Agency, to assist the processing sector in implementing Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) standards. HACCP standards are encouraged by the World Trade Organization to assure food safety. CARD also provides support to the Canadian On-Farm Food Safety Program, through which national commodity associations help initiate food safety procedures at the farm level.

Since the current CARD strategy will end in March 1999, a comprehensive consultation process is eliciting feedback to help lay out a strategy for the future. Priorities highlighted to date include capturing market opportunities, innovation as a foundation for competitiveness, food safety and quality, environmental sustainability, rural development, and human resource capability. The next generation adaptation strategy, envisioned for post-1999, will lay the foundation for future growth and adaptation through enhanced competitiveness and self-reliance.

Partners in Change

Canadian Adaptation and Rural Development Fund

Evolving supply management

The dairy, poultry and egg supply management systems, which balance supply with demand, continue to evolve. While their basic legal framework is provided nationally, the operational structure is mainly in the hands of provincial boards and agencies. AAFC continues to support and encourage the sectors' evolution: change is evident in the development of export programs for processed products, and in the more flexible allocation of production quotas between provincial boards and among producers.

Reforming grains and oilseeds policy

Close working relationships with industry characterize AAFC operations across the sector. Since the elimination of the Western Grain Transportation Act subsidy and reform of other transportation legislation, AAFC has worked with the Canadian Wheat Board and the Ministry of Transport, to forge a more effective grain transportation and handling system- one that provides customers with the products they want, when they want them. This means promotion of industryled initiatives to maintain quality and on-time delivery, at costs no higher than our major competitors. We are contributing to a comprehensive review of the grain handling and transportation system for western grain, to be completed by 19992000.

New uses, new markets

The Canadian Agricultural New Uses Council accelerates the development of new food and nonfood uses of agricultural products. With a $200,000 grant from the CARD Fund, CANUC is building a strong base which will help elicit funding from other sources. The Council promotes R&D and practical applications. The net result: new products to take on global markets.

The Canadian Rural Partnership

$20-million to help equip rural communities to compete in the global economy

The Government of Canada is acting on its commitment to increase opportunities for rural Canadians and to adapt programs to reflect rural realities, by confirming funding of $20-million over four years for the Canadian Rural Partnership (CRP).

The CRP is, first of all, about operating differently within the federal government. The goal is to ensure federal coordination, building a network of support for rural communities. The fund will pay for community development projects, building on ideas from government and non-government organizations.

For 1998-99, $3.2 million will fund a series of pilot projects that test new ways of dealing with rural issues, such as better access to investment funds, better access to quality health care, and better service in rural areas. An advisory panel of rural Canadians will help select the projects, which will be partnership-based, with CRP funds used to lever support from additional departments and agencies and other rural sources. The projects will help to enhance the quality of life in rural communities, and better equip them to compete in a global economy.

The rural lens

This collaboration led to the development of the "rural lens" announced in February 1998, through which federal departments and agencies have agreed to consider the impact on rural Canadians of future policy, programs and service decisions. In 1998-99, the federal government will focus on incorporating rural considerations into economic policies, using a checklist developed by AAFC; for 1999-2001, our focus will be expanded to include federal social policies and programs.

The government is actively soliciting rural opinion as part of its commitment to better appreciate rural issues and tailor programs and services to rural needs. Canadians were invited to take part in the "Rural Dialogue" by participating in regional Rural Dialogue workshops or by filling out a workbook. Information from the two activities was used to identify issues for discussion at the National Rural Workshop, held in Belleville, October 2-4 1998. Rural Dialogue documents are available from the government's new rural website (www.rural.gc.ca).

Accessing the knowledge-based economy

Increasingly, federal departments are joining together to give rural communities the tools they need to participate in the global knowledge-based economy. This is one of our top priorities in rural Canada, where nine million of us live.

While a great many federal programs are available to help Canadians build knowledge and acquire skills, rural Canadians are not always aware of them or, due to other factors, do not have the same access as those from urban centres. Our challenge is to ensure that all Canadians have access to the tools necessary to prosper in our economy.

AAFC's Rural Secretariat, together with the Canadian Agricultural Library, manages the Canadian Rural Information Service. It will continue to provide rural residents and communities with access to current information regarding policies and programs, conferences and meetings, and key information on rural-focused subjects. In response to enquiries, for example, we will create "pathfinders" to information, such as those already developed on rural tourism, entrepreneurship, opportunities for rural youth, recruitment of rural doctors, and microcredit.

To better inform rural people, we are expanding At Work in Rural Canada, a Rural Resource Book which was a bestseller in its first edition in 1997. The resource book now provides information on over 200 federal programs and services available to rural Canadians. The 1998 edition is produced as a handier pocket dictionary of programs, and is available in electronic format. It will be available through federal government offices and through 5000 rural outlets of Canada Post.

At AAFC, we are paying particular attention to how we deliver information, to ensure it gets to rural people. ACEIS is an electronic information system developed by AAFC that provides a window for agriculture and agrifood information across Canada. AAFC, through the Rural Secretariat, is working closely with Industry Canada's Community Access Program (CAP), which will link 5000 rural and remote communities to the Internet by the year 2000. As part of the Canadian Rural Partnership, we are also exploring additional local opportunities for working with CAP sites, helping to foster local community development.

Information - and infrastructure

While access to programming and information is an essential base for business growth, so is good community infrastructure. Good services attract new business. AAFC is working with business and community partners to build the kind of infrastructure and services that promote business growth, through increased funding and technical support. Our goal is to provide stronger support to new rural enterprises and to existing businesses which are expanding. Specifically, AAFC will work to increased community and regional infrastructure through initiatives such as Prairie Farm Rehabilitation Administrations' (PFRA) Rural Water Development Program, which provides technical assistance, as well as some financial aid, for the development of water supply and distribution systems.

That's animation!

Rural road show captivates kids (and teachers, too)

When the Government of Canada rural kiosk travelled to some 100 rural communities last year, the star of the show was AAFC's interactive, animated Country Quiz. Because of the overwhelming response, the Canadian Rural Partnership is finding ways to get it into elementary classrooms across the country. For information, contact: 613759-7903; email: towerm@em.agr.ca

---

Co-operatives:
Investigating new opportunities

Building rural business also means building co-operatives across the country. Canada's co-operatives are being strengthened through a new act, the Canada Cooperatives Act. As well, updated regulations to the Farm Improvement and Marketing Co-operatives Act will give co-operatives easier access to guaranteed loans and build flexibility in raising capital for new and existing co-operative ventures.

Canada's agri-food co-operatives, now numbering over 1200, range from huge organizations such as Wheat Pools to smaller enterprises such as farm machinery co-ops. As community based, member-owned organizations, co-ops are natural allies for government in promoting self-reliance in the sector.

The Co-operatives Secretariat of AAFC also has the mandate to coordinate the government policy towards cooperatives in sectors outside of agriculture (financial services, consumer goods, health). Over the next three years the sector will conduct an ongoing review of the business plans of federal departments and agencies to identify opportunities for cooperative partnerships. AAFC sponsored a first national co-operative symposium in February 1998, to stimulate sector-government exchange and shape future directions.

Previous Next

Canada

Sound Departmental Management

Providing sound business management and service excellence, to achieve results for Canadians

Getting Results Through Sound Management

Knowing where we are going	Measuring/assessing how we perform	Working efficiently
Getting better as we go: Planning for the Future	The right people	Becoming an employer of choice
Flourishing in a demanding environment: The right tools, systems and processes	Meeting the industry demand for information – fast!	The overall goal: continuous improvement

The Sound Departmental Management business line ensures that all resources entrusted to the department- the people, the bricks and mortar and the knowledge we possess -are appropriately allocated and used to achieve results that are valued by the agriculture and agri-food sector and Canadians alike.

This business line centres on sound management- on the way we do business. While it is relatively invisible to our clients, sound management is fundamental to the success of Agriculture and AgriFood Canada. It provides the management policies, services, infrastructure and support that give AAFC the capability to excel, and it does so in the most effective and efficient manner.

Knowing where we are going

For more than a year, AAFC has worked to develop a results-based management culture: we know what we want to achieve for Canada, and how we intend to get there. All of our planning rests on a shared strategic focus- our vision of a growing, self-sustaining agri-food sector. And over the next months, we will work to more clearly enunciate our corporate values, which guide the manner in which we will work together to reach our goals.

Key to Success Sound Departmental Management	Key Expected Results
	• Confirming the department's *vision, mission and values* • Building a motivated, committed and representative workforce, with the *right people* in place • Implementing *Planning For the Future*, our Human Resources strategy, over the next three years • Providing AAFC people the tools they need — technology, access to training and development • Developing a comprehensive set of measurement strategies to better assess our progress and identify corrective actions, *en route* to continuous improvements in performance

Measuring/assessing how we perform

In earlier sections of Global Excellence, we've set out our gameplan. Our business line objectives are our roadmap for thinking strategically over the next three year period. They not only spell out our common challenge: they provide our measuring rod, providing us with a clear and transparent way to deliver better and more timely information about our progress to Parliament and Canadians.

It is the role of the Sound Departmental Management business line to guide the reporting process. The department has defined accountability for getting results at the business line and branch level, and Sound Departmental Management is helping to develop a comprehensive measurement strategy to allow us better assess our progress, and take corrective action when it's required. Are we, as a department, getting results? What is the cost of achieving those results? Are our programs and services responsive to client needs, and are there variances between our objectives and our achievements?

To help answer the need for better information with which to measure our performance, we are implementing SATURN, a sophisticated resource management system. SATURN, taken together with the employee information on AAFC's expanding PeopleSoft human resource management system, will give managers access to integrated financial/human resource information - and by the year 2000, it will be available at the desktop.

Living our values

Because workplace values go hand-in-hand with employee satisfaction, AAFC began the process of reviewing its corporate values by turning to the people who live them. In a series of focus groups, AAFC people identified three values as key: integrity, excellence and valuing people. Our plans for the future: further enunciating these values in every branch of the department, and - by spring 2001, ensuring they are an integral part of our reward systems and performance appraisals. Our values will form the basis of every piece of policy, every action and every interaction in our department.

Working efficiently

The new Planning, Reporting and Accountability Structure is a more coordinated way to manage the department not only strategically, but also operationally. For example, we're working to reduce the reporting and paperwork burden on our managers department-wide by using information from business line plans for a number of planning and reporting activities

Getting better as we go: *Planning for the Future*

The Sound Departmental Management business line is committed to effective measurement and continuous improvement as we go. This entails not only setting direction and monitoring performance, but finding ways to better engage AAFC people. We are doing this through AAFC's human resources management strategy, Planning for the Future, which is founded on the belief that people are the department's most important resource.

In synchronism with La Relève, the government-wide commitment to modernize and renew the public service, AAFC is tailoring its own strategies to recruit, motivate and train people of high caliber, and help them to flourish in the increasingly competitive environment in which we work.

Better motivating a cross-Canada workforce of some 5500 people, means providing not only clear direction, but opportunity. As we implement Planning for the Future, we are becoming a more responsive organization, working more closely with AAFC employees to provide the opportunities and the environment a dynamic workforce needs to succeed.

Our employee survey, conducted in early 1998, gave us a strong baseline from which to work. Over 50 percent of our staff responded to the survey, and most of those who responded- fully 85 percent - said they enjoy their work, and they take pride in what they do. This is one key to service excellence.

But the survey also told us we have much to do. We will stress more open communication and opportunities to learn, for example, to help our employees realize their potential, and become more effective ambassadors in the industry on which we all depend. Strong people mean strong business. And we'll conduct a follow-up survey in spring, 2000, to measure our progress.

The right people

In fact, we are already working hard to meet these challenges through Planning for the Future's ambitious seven-point plan [illegible]. Our goal is a motivated and representative workforce that reflects the make-up of the Canadian labor-force

Planning for the Future action areas include:	
• Supportive Work Environment • Training and Development • Succession Planning	• Career Plans • Recruitment and Staffing • Diversity Management • Performance Management

We are, for example, committed to diversifying our workforce. Diversity not only makes good business sense: it helps us better - and more sensitively - serve the needs of a diverse Canadian public, and an increasingly global marketplace.

We are setting realistic goals, branch by branch, to build a more diverse workforce -and we are working, department-wide, to identify barriers in how we recruit new people, and how we promote employees. Our planning includes stepping up efforts to provide adequate development and training opportunities for the people we have, and we're conducting learning workshops to provide our managers with the tools to lead a diverse workforce.

But this is just the beginning. Diversity means valuing and respecting individual differences, and working toward, new, more flexible working arrangements for us all.

Becoming an employer of choice

The impact of the services we deliver is directly linked to the quality of the people who deliver them: corporate excellence depends on individual excellence. To build the potential of every employee, AAFC will continue to commit fully four percent of the salary budget of the department to training. The training and development will be closely tied to both our corporate goals as laid out in the business line plans, and to individual career plans of our employees.

Department-wide, we are stressing future planning. Every employee will have an opportunity to prepare an individual career

plan by the year 2000, and to work with supervisors on that planning. At the same time, we are thoroughly reviewing our succession planning to ensure an open process that builds opportunities for talented future managers.

Our goal is straight-forward: we want to increase employee satisfaction, and help make AAFC an employer of choice.

Bring on the Year 2000: We're Ready!

AAFC has been recognized by an international consulting firm for our Year 2000 planning. We are anticipating and fixing problems to ensure continual access to our public information services, and we're taking care of internal systems, to make sure computer programs will work, security access cards will function and elevators will run on January 2, 2000.

Flourishing in a demanding environment:

The right tools, systems and processes

Motivated employees - with the right tools - are the real driving force behind the success of the business lines. We need to give people the tools they need, whether that means better technology, greater freedom to make decisions or more access to information. Developing a more productive and supportive work environment depends on continually adjusting to the changing global environment and a constantly transforming sector.

Currently, we are implementing the recommendations of the Management and Administrative Services (MAS) Review, completed in July 1997, which outlined concrete ways to increase our efficiency and effectiveness. And we are building our strength in two key areas: strategic information management (See box this page) and environmental management.

Agriculture and Agri-Food Canada has been the leading proponent and model for an Environmental Management System for federal departments - a management tool that provides a systematic approach to tracking, managing and improving environmental performance. By implementing the system over the next three years, we will play a much more proactive roll in promoting the wise stewardship of Canada's resources, by incorporating the environment into every decision.

Meeting the industry demand for information –fast!

AAFC's business success is intricately linked to industry success and the well-being of Canadians. As a result, the department is increasing its investment in providing information services that better serve its industry partners and the Canadian public. A new Integrated Electronic Information Program is designed to provide coordination, advice, and guidance on information sharing within and outside the department.

- The Agriculture and Agri-Food Canada Electronic Information Service (ACEIS) website provides an electronic window to departmental information (www.agr.ca).

- ACEIS permits ready access to the Agri-Food Trade 2000 Web site and data base.

- The Canadian Agriculture Library and the Canadian Institute for Scientific and Technical Information built electronic links, to provide one-stop access to both national resource collections.

The overall goal: continuous improvement

This strong environmental thrust, plus our commitment to deliver better information to our staff and our sector, are key components of success in a more competitive world. If we couple the right people with the right tools, and if- both as individuals and as an organization - we remain committed to continuous improvement, we can maximize results, not only for

the department and those who work here, but also for the sector and all Canadians.

The faces behind global excellence

Excellent people bring excellent results. AAFC people have an incredible history of achievement. Recently, for example, two researchers received the Order of Canada: Constantine Campbell, of the Swift Current Research Centre (for his work with soils), and Peter Harris of the Lethbridge Research Centre (for work in using insects to destroy weeds).

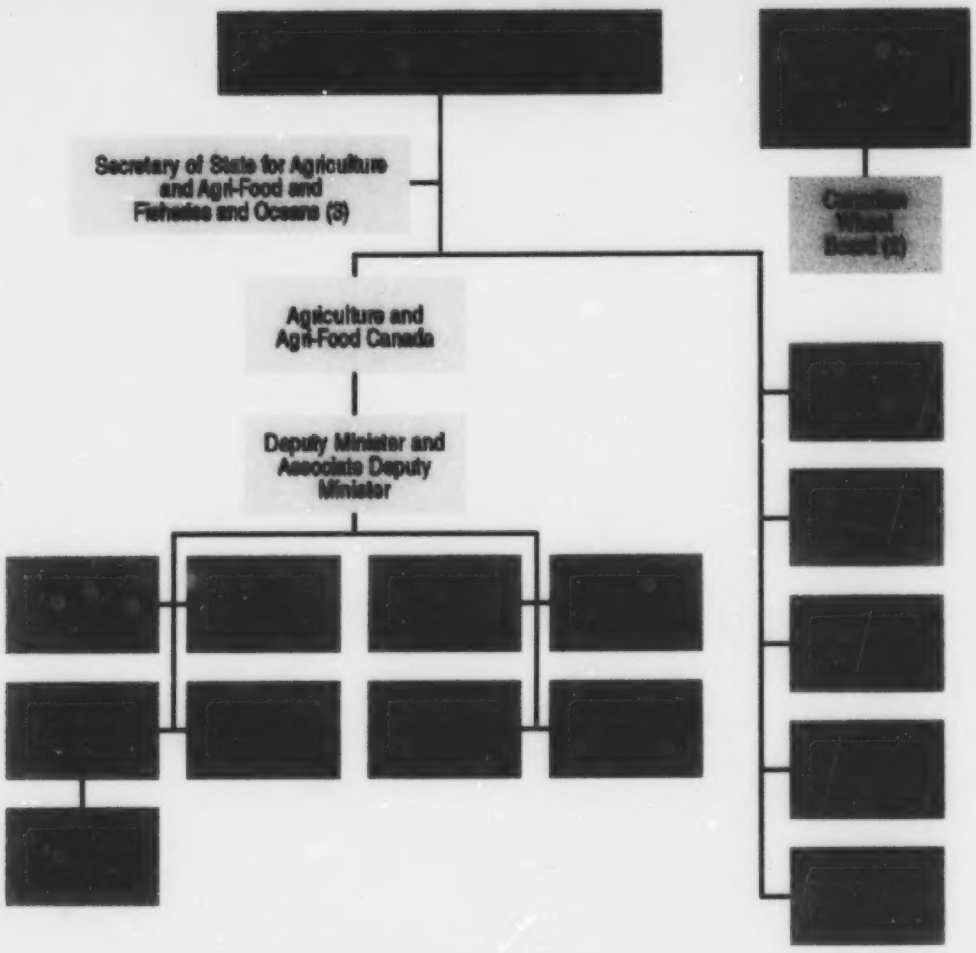
In addition to individual excellence, our AAFC teams regularly win public servicewide awards: PFRA's Geographical Information Systems (GIS) Team for its information management during the Red River Flood, for example, and our ExportSource team, who worked with other government departments to use information technology to improve Canada's export success.

And, in recognition of the managers that provide the leadership we require in pursuit of departmental excellence, AAFC launches its own annual Agcellence awards with a "Manager of the Year." In 1997, the honour goes to Yvon Martel, Director General of the Eastern Region, Research Branch, who, for example, is working with industry to fashion a shared vision for a more competitive sector in the region.

Next

Canada

Portfolio Snapshot



Notes:

(1) The Honourable Ralph Goodale is the Minister Responsible for the Canadian Wheat Board.
(2) The Canadian Wheat Board is part of the Agriculture and Agri-Food Portfolio.
(3) The office of the Secretary of State for Agriculture and Agri-Food and Fisheries and Oceans is funded through Fisheries and Oceans Canada.
(4) On April 1, 1997, the Canadian Pari-Mutuel Agency began reporting through the Corporate Services Branch.
(5) On April 1, 1997, the Food Production and Inspection Branch became part of the Canadian Food Inspection Agency (CFIA).

Agriculture and Agri-Food Canada, established in 1867, now consists of some 4,611 staff working in every area of Canada in the: Research, Policy, Market and Industry Services Branches and the Prairie Farm Rehabilitation Administration and Corporate Branches, which include Human Resources, Corporate Services,

The National Farm Products Council, along with the Canadian Egg, Turkey, Chicken and Broiler Hatching Egg Marketing Agencies and promotion-research agencies, promotes the marketing of products across Canada and worldwide. (18 staff)

The Canadian Dairy Commission

The Canadian Food Inspection Agency promotes a competitive agriculture, food and fish industry by monitoring the health, safety and quality of these products within Canada and those entering Canada from around the world, enforces safety standards, controls animal diseases and plant pests, inspects food, prevents fraud and regulates seed,

Communications and Review. The Canadian Pari-Mutuel Agency, as part of AAFC, protects the wagering public against fraudulent practices by ensuring the integrity of betting in the horse racing industry across Canada.

In addition, AAFC works closely with five Crown Corporations and Agencies:

The Canadian Grain Commission is a special operating agency dedicated to protecting the quality of Canadian grain. Its role is to regulate the grain handling systems and set grain quality standards. (779 staff)

coordinates national supply management for industrial milk production according to the provisions of the National Milk Marketing Plan. (62 staff)

The Farm Credit Corporation enhances agricultural growth in Canada by providing financial services to farming operations, including family farms, and to related businesses in rural communities. (837 staff)

feed and fertilizers. (4,556 staff)

Finally, AAFC provides support and services to the Minister responsible for the Canadian Wheat Board (CWB) on all issues pertaining to the CWB. The Canadian Wheat Board markets Canadian grains for the best possible price and all proceeds from sales, less marketing costs, are passed back to farmers.

Previous Next

Canada

How to contact AAFC

How to contact AAFC

In Canada, please check the blue pages of your telephone directory for Agriculture and Agri-Food Canada's local number. Outside the country, contact the nearest Canadian diplomatic post. You will be put in touch with the right person to assist you. You can reach AAFC electronically, by phone, facsimile, or through the mail. For more information about agriculture and food production in Canada, or to obtain a list of free publications, contact:

Public Information Request Service
Agriculture and Agri-Food Canada
Sir John Carling Building
Room 133
930 Carling Avenue
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0C5
Tel: 613-759-1000
Fax: 613-759-6726
E-mail: **pirs@em.agr.ca**

Agriculture and Agri-Food Canada maintains an electronic information service providing instant access to departmental on-line services and information including federal agri-food programs, trade, commodity prices, regulations, agri-science, and technology.
Contact AAFC on the Internet at:
www.agr.ca
or by modem at: 1-800-234-4410
Voice and fax-back services are available
by calling: 1-800-346-2222
Publication number 1970/E

To obtain additional copies:
Departmental Publications Service
Agriculture and Agri-Food Canada
Sir John Carling Building
930 Carling Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0C5
Tel: (613) 759-6626

Ce document est disponible en français sous le titre Excellence mondiale - Plan Stratégique ministériel 1998-2001 d'AAC

Previous Start

Canada

Agriculture and Agri-Food Canada / Agriculture et Agroalimentaire Canada

L'excellence sur la scène mondiale

M A I N T E N I R L E C A P

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Plan stratégique ministériel 1998 - 2001

English

Canada

Maintenir le cap

Dans l'industrie agricole et agroalimentaire d'aujourd'hui, tout ce que nous faisons s'inscrit dans un contexte mondial en pleine effervescence. La mondialisation, pour nous, n'est pas qu'un cliché : c'est un phénomène réel. Le défi posé par cette nouvelle réalité a, par-dessus tout, façonné notre vision de l'avenir.

À AAC, lorsque nous parlons de L'excellence sur la scène mondiale, nous ne songeons pas qu'à la commercialisation mondiale du canola en Asie ou à l'exportation de produits génétiques laitiers dans une centaine de pays - quoique ces activités donnent certainement la mesure du genre de société dans lequel nous vivons.

L'excellence sur la scène mondiale ne peut être réalisée que si elle est fondée sur l'excellence ici même, au pays. Les ventes intérieures atteignent presque 90 millions de dollars, et ce succès est un tremplin vers la réussite croissante sur les marchés mondiaux. Les consommateurs canadiens comptent parmi les plus éclairés. Notre marché est diversifié et de plus en plus raffiné. Nous augmentons nos ventes en améliorant nos produits, et ce sens aigu du commerce, combiné à l'excellente réputation dont jouit le Canada en matière de qualité et de salubrité des aliments, est essentiel au succès mondial.

Les produits canadiens ont déjà fait leur preuve dans l'arène mondiale. Les exportations ont franchi le cap des 22 milliards de dollars, ce qui dépasse de loin nos propres prédictions. Et notre industrie songe maintenant à doubler ce chiffre d'ici l'an 2005. C'est là un objectif ambitieux, mais l'industrie est prête. Dans le seul secteur de la transformation alimentaire canadienne, les investissements sont en hausse de 1,4à 1,9 milliard de dollars par rapport aux trois dernières années. La productivité de nos exploitations agricoles ne cesse de croître - et nous tonifions notre production tout en prenant soin de notre environnement, ce qui est de bon augure non seulement pour les Canadiens, mais pour le monde entier. Il est indispensable d'accroître la productivité agricole si nous voulons répondre aux besoins d'une population mondiale croissante.

Haut de page

Le commerce, tant intérieur qu'international, est synonyme d'emplois et de possibilités de croissance pour les Canadiens dans le domaine de la transformation, de la

distribution et de la commercialisation, ainsi que dans de nombreuses autres industries. Les trois quarts des deux millions d'emplois soutenus par notre secteur se situe en aval de la production agricole primaire. Le succès de notre secteur rejaillit bien entendu sur les exploitations agricoles.

Chacun de nous qui travaille en agriculture dépend en majeure partie des activités qui se déroulent sur la ferme. On songe entre autres aux secteurs ruraux, où le succès agricole est souvent essentiel à une économie vigoureuse. C'est pourquoi AAC coordonne les efforts gouvernementaux visant à raffermir les collectivités rurales. Par l'intermédiaire d'une série de programmes conjoints, notamment le Partenariat rural canadien, qui réunit les ressources de plus de 20 ministères et organismes fédéraux, nous trouvons de nouvelles façons d'outiller les collectivités de manière à ce qu'elles puissent soutenir la concurrence dans l'économie mondiale.

À Agriculture et Agroalimentaire Canada, nous travaillons fort au nom des Canadiens -et plus important encore, nous travaillons avec eux - à construire les assises qui permettront de viser une excellence continue. Dans un monde où la concurrence ne cesse de s'aviver, le succès du Canada dépend de plus en plus de ce type d'efforts coordonnés. Pour relever les défis complexes qui nous attendent, notre ministère a apporté des changements fondamentaux dans la façon de travailler individuellement, avec les autres et avec l'agrinégoce.

En cette période de restrictions financières, on ne doute pas de

l'importance grandissante de comprendre exactement où se situent nos forces. C'est pourquoi AAC a défini trois secteurs d'activités clés qui précisent où nous concentrerons nos meilleurs efforts : Croissance des marchés, Innovation pour un avenir durable et Fondation solide pour le secteur et les collectivités rurales. Un quatrième secteur, Saine gestion ministérielle, nous donne les moyens de fonctionner avec excellence.

Ces secteurs d'activité clés sont clairement axés sur des objectifs qui importent à tous les Canadiens - la croissance de l'industrie et la prospérité rurale. Le présent Plan ministériel explique avec précision la manière dont nous comptons réaliser ces objectifs, c'est-à-dire en puisant dans les talents de chacune des directions générales du Ministère, de nos organismes associés et de tout le secteur. À titre d'exemple, AAC travaille de concert avec la nouvelle Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), la première du genre dans le monde. Avec la mise sur pied de l'ACIA, nous raffermissons notre réputation à titre de chef de file dans l'inspection et la salubrité des aliments : le modèle de l'ACIA est étudié partout dans le monde.

Au cours des prochaines années, la tournure des événements dépendra en grande partie de notre capacité à nous comporter comme une industrie : prendre des risques, maintenir notre avantage concurrentiel et construire notre avenir grâce à une saine gérance environnementale de nos terres et de nos ressources. Ensemble, nous devons aujourd'hui même prendre soin de l'industrie de demain.

En résumé, nous savons où nous nous dirigeons. Nous avons fixé des objectifs ambitieux, mais réalistes, compte tenu de l'expertise sur laquelle nous pouvons compter dans le secteur même. Bien entendu, le succès ne vient pas facilement : le Plan ministériel a tracé la voie de trois années bien remplies. Toutefois, si j'en crois mon expérience, l'industrie agricole n'a jamais eu peur du gros travail!

Lyle Vanclief
Ministre de l'Agriculture et de
l'Agroalimentaire et ministre responsable de la coordination des affaires rurales

---

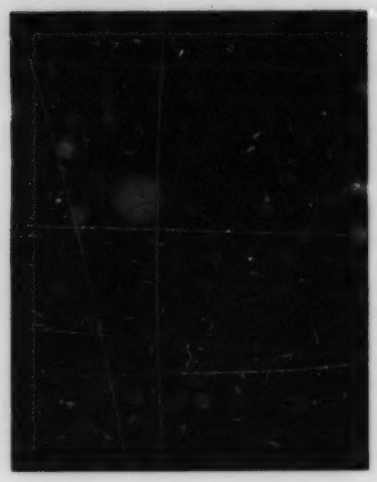
Précédente Suivante

Canada

L'excellence sur la scène mondiale

Le secteur agricole et agroalimentaire canadien d'aujourd'hui

Un tremplin vers l'excellence



« De plus en plus, nous faisons des affaires sur le marché mondial de l'alimentation - c'est là où résident les possibilités. Mais de nombreux producteurs et transformateurs d'aliments, partout dans le monde, recherchent les mêmes débouchés. Nous devons donc être des concurrents de calibre mondial. »

Lyle Vanclief
Ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et ministre responsable de la coordination des affaires rurales

Construire sur une base solide	Des exportations records	Le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire
Augmentation de l'investissement et de l'emploi	Possibilités à l'échelle mondiale	Tabler sur l'excellence démontrée
Horizon : le monde		

Le Canada est une nation commerçante. Cela a toujours été vrai mais, aujourd'hui, concurrencer avec succès à l'échelle mondiale n'est pas seulement désirable, c'est essentiel. L'excellence du Canada, mesurée à l'échelle du globe, façonnera l'avenir de son secteur agricole et agroalimentaire ainsi que celui des deux millions de Canadiens qui tirent, d'une manière ou d'une autre, leur subsistance de la richesse du sol. Ce secteur dynamique engendre près de 9 p. 100 du produit intérieur brut de notre pays.

Construire sur une base solide

Le secteur agricole et agroalimentaire a établi une base de croissance solide. La poursuite de *L'excellence sur la scène mondiale* dépend en grande partie des ventes internationales, mais notre succès sur les marchés mondiaux repose avant tout sur le développement de produits de calibre international ici, chez nous - et sur l'excellente réputation de la qualité et de la salubrité de nos aliments. Des marchés intérieurs florissants constituent notre tremplin vers le succès international.

Les résultats sur les marchés intérieurs sont positifs. Les ventes d'aliments et de boissons aux consommateurs canadiens ont atteint près de 90 milliards de dollars l'an dernier. Dans le seul secteur de la transformation des aliments, l'investissement a augmenté de 30 p. 100 au cours des trois dernières années. L'Agence canadienne d'inspection des aliments, créée en 1997, a suscité l'intérêt du monde entier qui a vu en elle un modèle d'excellence en salubrité alimentaire.

Des exportations records

Sur le plan international, le secteur a connu un essor considérable au cours des dernières années et a dépassé les objectifs

visés par le secteur privé et le gouvernement. En 1997, il a réalisé des exportations atteignant plus de 22 milliards de dollars. Le secteur canadien a fait de réels progrès sur ce marché mondial lucratif. Les industries agroalimentaires comptent parmi les plus grosses et les plus importantes du Canada. McCain Foods Limited, qui possède des usines dans 10 pays et dont le chiffre de ventes partout dans le monde frise les 5 milliards de dollars, a été nommée en 1997 l'une des 10 premières entreprises exportatrices du Canada. La Commission canadienne du blé est sans contredit la plus grande société de commercialisation du genre au monde, vendant entre 4 et 6 milliards de dollars de blé et d'orge par année à quelque 70 pays.

Aujourd'hui, tout, de la viande aux pommes de terre frites, transite maintenant plus librement et en plus grande quantité autour de la planète. Bien entendu, ce succès n'est pas dû uniquement aux géants de l'agroalimentaire, mais aussi à une multitude d'entreprises et de produits nouveaux qui sont en train de se tailler une place sur les marchés mondiaux, là où il y a un créneau à prendre.

Augmentation de l'investissement et de l'emploi

L'accroissement des ventes, que ce soit chez nous ou à l'étranger, nous permet d'augmenter notre production économique et de créer de nouveaux emplois dans le secteur. La production et l'emploi ont tous deux réagi positivement au cours des deux ou trois dernières années. Aujourd'hui, un Canadien sur sept vit du secteur agroalimentaire. Nos fermes sont de plus en plus productives et, l'an dernier, les signes indéniables d'un optimisme croissant sont apparus : selon des statistiques venant de partout au pays, les ventes de tracteurs et de moissonneuses-batteuses sont à la hausse. La production de bétail, à elle seule, a augmenté de plus de 20 p. 100, cette croissance se faisant presque entièrement sentir sur les marchés d'exportation. Notre rendement de produits agricoles transformés a nettement augmenté. Pour la première fois, en 1996, les Canadiens ont exporté plus d'aliments transformés qu'ils n'en ont importés.

Possibilités à l'échelle mondiale

Pour que notre secteur connaisse une croissance réelle, le Canada fait de plus en plus d'affaires dans ce marché mondial en ébullition. En effet, les marchés étrangers sont plus gros et se développent beaucoup plus rapidement que nos propres marchés : entre 1985 et 1996, le commerce mondial des produits agricoles et agroalimentaires a plus que doublé, passant à 464 milliards de dollars US.

Les Canadiens doivent aller là où s'offrent les possibilités - et cette vérité s'applique à toute la filière agroalimentaire : agrofournisseurs, producteurs, transformateurs, transformateurs de second cycle, distributeurs et exportateurs.

En même temps que s'ouvrent les possibilités, nos producteurs et nos transformateurs peuvent s'attendre à une concurrence plus vive non seulement pour la conquête du marché international, mais aussi de notre propre marché. Bien que le marché canadien ait plus de maturité que de nombreux autres autour du monde, il reste encore beaucoup de place pour une croissance soutenue, particulièrement dans le cas des industries qui s'adaptent à l'évolution démographique des consommateurs sur le marché canadien, aux goûts raffinés d'une population vieillissante d'origine ethnique diverse.

Tabler sur l'excellence démontrée

L'excellence sur la scène mondiale décrit comment AAC, de concert avec les partenaires du secteur, entend contribuer à bâtir un secteur prospère, compétitif, axé sur le commerce et de plus en plus autonome. Pour cela, nous comptons sur l'excellence canadienne : notre productivité, notre technologie, nos pratiques durables et des mécanismes nouvellement mis au point pour stimuler et stabiliser l'économie agricole et rurale. L'excellence sur la scène mondiale examine aussi des changements déterminants qui s'opèrent dans notre ministère dans le but de mieux doter nos travailleurs des instruments dont ils ont besoin pour accomplir leur travail le plus efficacement possible.

Le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire :

- est le troisième employeur en importance au Canada, procurant de l'emploi à deux millions de Canadiens. Trois personnes sur quatre travaillent en aval de la production agricole primaire.
- a doublé son incidence sur l'économie en moins de deux générations, son apport à notre produit intérieur brut étant maintenant juste un peu inférieur à 9 p. 100. En 1997, les excédents commerciaux réalisés dans l'agroalimentaire ont atteint les 7,4 milliards de dollars (en hausse de 52 p. 100 par rapport à 1995).

- procure aux Canadiens des aliments parmi les plus sûrs et les plus économiques au monde. Les Canadiens consacrent moins de 10 p. 100 de leur revenu disponible à l'alimentation, comparativement à 24 p. 100 parfois dans d'autres pays industrialisés. À ce chapitre, nous sommes au 2e rang derrière les Américains.

- adopte de plus en plus des méthodes culturales de conservation du sol : plus de la moitié de nos terres ensemencées bénéficient de cette technique qui non seulement réduit les coûts des agriculteurs, mais combat aussi l'érosion du sol, améliore l'habitat faunique et retient le carbone dans le sol, diminuant ainsi les émissions de gaz à effet de serre.

- consacre 1 milliard de dollars à la recherche et à la technologie agroalimentaires. En 1997-1998, AAC a investi 353 millions de dollars.

Horizon : le monde

Pour une plus grosse part de l'assiette mondiale

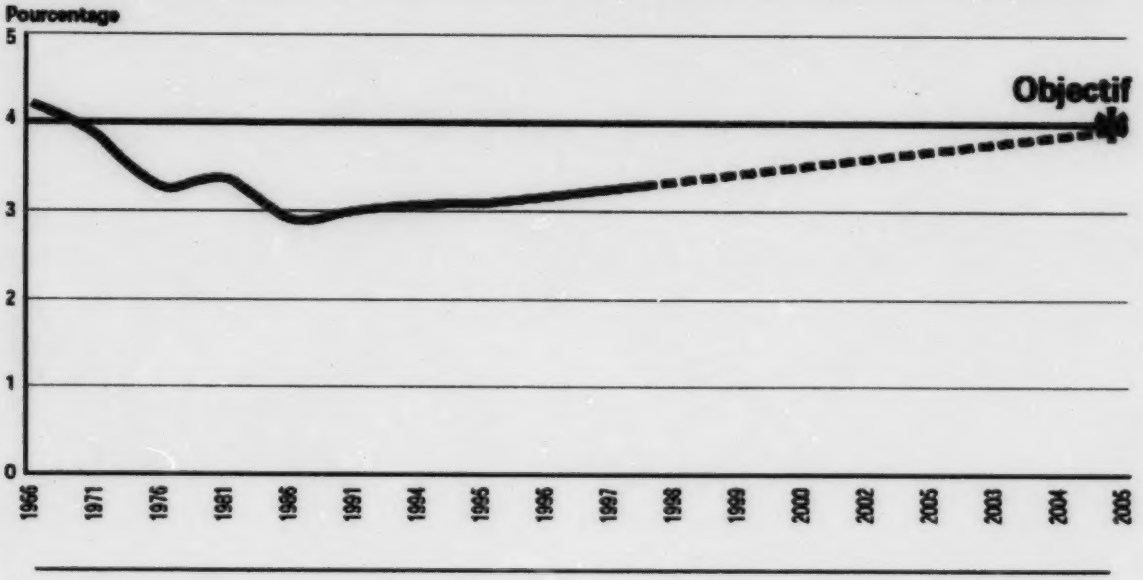
« Nous pouvons et nous voulons obtenir une plus grosse part de cette assiette mondiale. »

Ministre Lyle Vanclief, février 1998

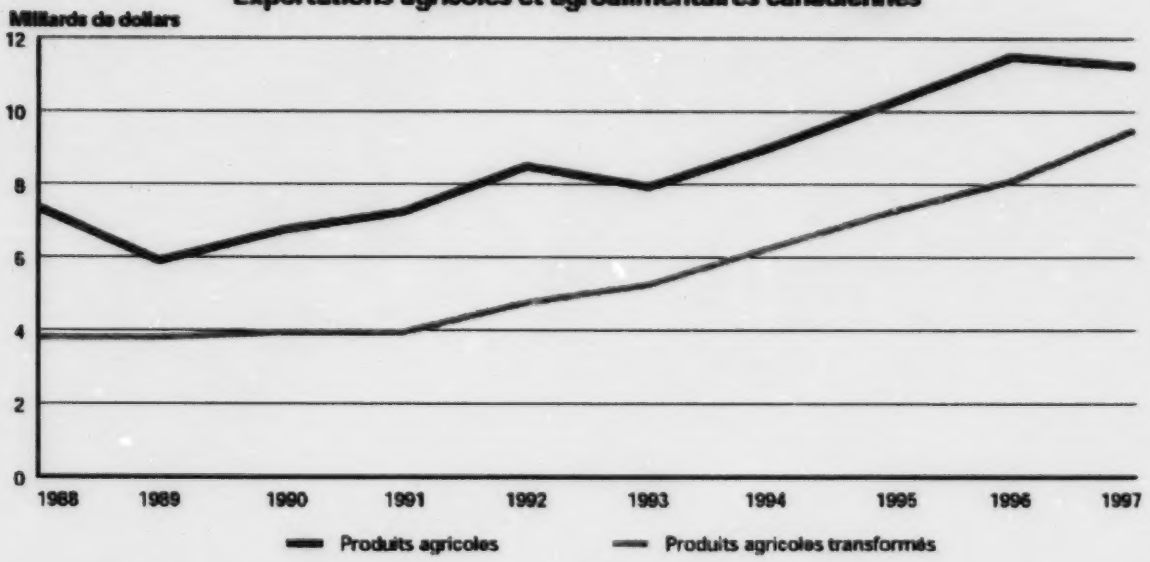
Le Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire (CCCA) ainsi que le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire se sont donné comme objectif de doubler les exportations de produits agricoles et agroalimentaires du Canada d'ici à l'an 2005. Créé par le ministre Vanclief en février 1997, le CCCA adopte une approche de type Équipe Canada, conseillant les ministres aussi bien de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire que du Commerce international. Le CCCA, qui se compose d'une brochette de dirigeants de toute l'industrie agroalimentaire, travaille avec le gouvernement à augmenter, de 3 à 4 p. 100, la part des exportations mondiales de produits agricoles et agroalimentaires que détient le Canada. Atteindre cet objectif ambitieux, qui se traduit par des ventes de 40 milliards de dollars CAN d'ici à l'an 2005 - si la tendance actuelle se poursuit -, nécessitera que le Canada exporte une proportion nettement supérieure de produits agricoles transformés.

Croissance des exportations

Part du marché mondial des produits agricoles et alimentaires que détient le Canada



Exportations agricoles et agroalimentaires canadiennes



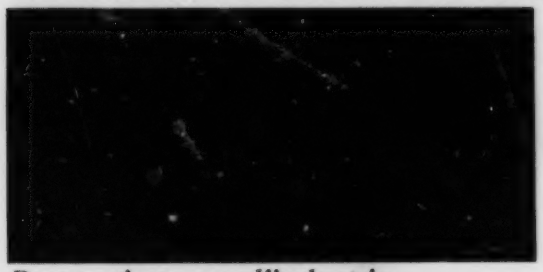
L'objectif de l'industrie est de faire en sorte que, d'ici 2005, au moins 60 p. 100 des exportations agricoles et agroalimentaires touchent des produits agricoles transformés. En 1997, les exportations de produits agricoles transformés représentaient 46 p. 100 du total de nos exportations de produits agricoles et agroalimentaires, une augmentation de 43 p. 100 depuis 1988.

PrécédenteSuivante

Canada

Pouvons-nous maintenir le cap?

Perspectives pour l'industrie	Le secteur primaire est prêt pour la croissance	Le secteur de la transformation se prépare



Perspectives pour l'industrie

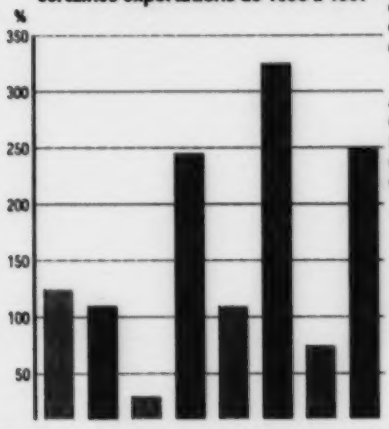
En général, les trois prochaines années s'annoncent prometteuses. On prévoit une excellente croissance sur les marchés intérieur et d'exportation, surtout pour les produits agricoles transformés. Le secteur agroalimentaire canadien est en croissance. Les achats que font les Canadiens en matière de produits alimentaires, aussi bien à domicile qu'à l'extérieur, devraient augmenter en moyenne de 2 milliards de dollars par année. À lui seul, le secteur canadien des aliments et boissons pourrait accaparer annuellement les trois quarts de cette croissance. En outre, la confiance accrue dans les entreprises actives de l'économie canadienne devrait encourager de nouveaux investissements dans l'industrie agricole et agroalimentaire canadienne.

Les marchés de l'exportation joueront un rôle clé, avec des projections qui, sur le plan du commerce mondial pour l'an 2005, varient entre 625 et 745 milliards de dollars US.

Le défi pour le Canada sera de maintenir l'avantage qu'il détient en cette ère de changements économiques rapides, d'adoption d'accords commerciaux, de progrès technologiques, de transformation des marchés mondiaux et d'évolution des exigences des consommateurs. Les réussites passées ne sont pas garantes d'un succès futur. Pour demeurer compétitif et rentable, le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire **doit augmenter sa productivité.** Cela demande de mettre au point et d'adopter de **nouvelles techniques** qui donnent un atout aux gens d'affaires canadiens, ainsi que de trouver des solutions technologiques et abordables aux défis environnementaux auxquels font face les producteurs en augmentant leur production.

Les marchés sont capricieux, et le gouvernement de même que le secteur privé doivent unir leurs efforts pour s'assurer d'atténuer les effets sur les producteurs de la **baisse potentielle des prix du marché.** Les Canadiens doivent être prêts à compenser les diminutions et associer **productivité** accrue, **programmes de gestion du revenu agricole** efficaces et croissance de l'importance accordée aux produits agricoles transformés de grande valeur.

Pourcentage d'augmentation dans certaines exportations de 1990 à 1997



Tabler sur la diversité: Le succès du Canada sur des marchés mondiaux capricieux continuera de dépendre de la diversification du secteur et de sa capacité à répondre aux besoins changeants des consommateurs de la planète. Lorsque la baisse des prix du blé a réduit de 9 p. 100 la valeur des exportations canadiennes de grain par rapport aux niveaux de 1995, l'augmentation des exportations d'autres denrées a maintenu notre excédent commercial.

À la hausse : Les ventes à l'exportation de produits élaborés ont plus que doublé en moins d'une décennie, passant de 2,87 à 6,5 milliards de dollars. Les viandes rouges ont connu une croissance semblable (atteignant 2,4 milliards de dollars en 1997); plusieurs petits secteurs ont connu un excellent rendement; notamment, les ventes de légumes ont considérablement augmenté au cours des sept dernières années, pour atteindre 432 millions de dollars.

pour une image agrandie

Des produits à la conquête du monde

Même si la graine de canola était pratiquement inconnue au Mexique au début des années 1980, les ventes réalisées là-bas par le Canada en 1997-1998 se sont élevées à 535 000 tonnes métriques, en grande partie grâce au travail mené conjointement par le Conseil canadien du canola et le Processus SDMA (Stratégie de développement des marchés agroalimentaires) d'AAC. La culture « Cendrillon », mise au point au Canada, est l'oléagineux qui manifeste la croissance la plus rapide sur le marché lucratif des États-Unis, et le Canada est en train de cibler des marchés nouveaux, comme les Philippines.

Le secteur primaire est prêt pour la croissance

La productivité des exploitations canadiennes augmente. En 1997, la production est passée de 25,7 milliards de dollars (1996) à 28,2 milliards. Un bon 40 p. 100 de la production canadienne est exportable, mais la part du lion va au marché intérieur canadien en pleine croissance.

Au cours de la dernière décennie, les producteurs canadiens ont de plus en plus mis l'accent sur les oléagineux, et leur popularité croissante compense la fragilité des prix du blé. Le canola à lui seul est maintenant cultivé sur plus de 15 millions d'acres dans l'Ouest canadien, et cette expansion de la production ajoutée à une augmentation de la capacité de trituration, continuera à contribuer au succès de cette exportation.

Les céréales ont toujours composé la majeure partie des ventes du Canada sur le marché de l'exportation : les exportations annuelles de blé et d'orge, commercialisées par la Commission canadienne du blé, s'élèvent entre 4 et 6 milliards de dollars. C'est la plus grosse société de commercialisation de blé et d'orge au monde, avec des ventes dans plus de 70 pays à travers le monde, souvent réalisées par l'intermédiaire de ses comptoirs de commerce à Winnipeg, à Vancouver, à Tokyo et à Beijing. Après 63 ans de commercialisation mondiale des céréales canadiennes et comptant sur l'expérience des producteurs des Prairies et sur le prestige mondialement reconnu du système d'inspection de la Commission canadienne du blé, le Canada devrait demeurer un des premiers concurrents internationaux de l'exportation des céréales.

Plusieurs autres secteurs montrent un excellent potentiel de croissance. L'élevage, qui a connu une croissance de 25 p. 100 entre 1992 et 1997, continue à démontrer beaucoup de potentiel. Les stocks abondants d'aliments du bétail (à des prix compétitifs) et l'investissement continu dans les installations de transformation amènent des conditions favorables à l'expansion du secteur canadien de l'élevage et de la viande pour la prochaine décennie.

La production maraîchère, bien que d'importance modeste par rapport à d'autres secteurs de l'agriculture, a manifesté une croissance soutenue au cours de la présente décennie. Des techniques de production améliorées ont stimulé les exportations de tomates de serre de l'Ontario et de la Colombie-Britannique; les ventes ont monté énormément sur le marché américain, et on est en train de vérifier si ce produit sera accepté sur le marché japonais.

Le secteur de la transformation se prépare

Il y a dix ans, le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons était surtout axé sur le marché intérieur. Il n'exportait que 8,8 p. 100 de sa production. Depuis, les exportations des aliments transformés ont plus que doublé. D'après des données préliminaires, le secteur a exporté pour quelque 9,6 milliards de dollars d'aliments transformés en 1997.

C'est un signe positif de potentiel à exploiter, mais malgré nos ventes accrues dans ce domaine, notre part de marché a rétréci alors que les marchés mondiaux ont grossi. C'est l'une des raisons qui expliquent les objectifs vigoureux fixés par l'industrie (voir l'encadré Horizon : le monde) voulant que le Canada **porte ses exportations de produits transformés à plus de 60 p. 100 du total des exportations agricoles d'ici l'an 2005.** La majeure partie de cette croissance est censée venir de huit marchés d'exportation prioritaires : les États-Unis (qui achètent maintenant environ les trois quarts des aliments transformés de grande valeur vendus par le Canada à l'étranger), le Japon, l'Union européenne, la Chine, la Corée du Sud, Taïwan, le Mexique et le Brésil. Des stratégies ont aussi été élaborées pour quatre marchés en émergence : les Philippines, Singapour, la Colombie et la Russie.

Plusieurs sous-secteurs de la transformation des aliments indiquent la voie à suivre en rehaussant leurs capacités. À titre d'exemple, les ventes globales à l'exportation pour le sous-secteur des viandes rouges, surtout le buf et le porc, s'élevaient à 3,1 milliards de dollars en 1997. Ce succès s'explique en majeure partie par l'investissement dans des installations de conditionnement modernes et par l'expansion de la capacité d'abattage et de transformation, ce qui permet aux Canadiens de faire une solide concurrence aux industriels américains. Bien que les États-Unis demeurent le plus important marché du Canada, notre pays s'est emparé d'une part de 10 p. 100 du marché japonais du porc en 1997 et a doublé ses exportations de buf vers la Corée (par rapport aux niveaux de 1996).

Le sous-secteur des céréales et des oléagineux ne cesse de se renouveler, avec davantage de produits agricoles transformés offerts à prix compétitifs sur les marchés internationaux. Les industries de la trituration et du broyage ont doublé leur capacité et leurs ventes à l'exportation au cours des années 1990.

Malgré ces objectifs d'exportation ambitieux, **le marché intérieur demeure le plus important débouché** pour le secteur. Environ 80 p. 100 de la production de ce dernier est consommée au Canada - et le marché canadien des produits transformés a crû de 14 p. 100 par année depuis 1993. Même si des importateurs offrent de plus en plus de nouveaux choix aux consommateurs canadiens, notre propre secteur de la transformation **pourrait s'emparer de 1,5 milliard de dollars de cette croissance prévue du marché canadien,** dont les dépenses annuelles sont de deux milliards de dollars par année. Notre succès reposera sur la capacité continue du Canada à développer de nouveaux produits novateurs : le secteur possède un excellent dossier dans le développement de produits agricoles transformés de plus en plus prisés par les consommateurs d'ici et du monde entier.

Une partie de la croissance dans ce secteur, à la fois sur les marchés intérieur et internationaux, viendra des grandes sociétés canadiennes. Cependant, le Canada compte aussi 2 000 petites et moyennes entreprises de tailles diverses, capables de s'occuper d'une grande variété de produits. L'investissement de capitaux dans le secteur a égalé ou dépassé la croissance observée dans le secteur agroalimentaire des États-Unis.

Bien que la plupart des signes soient positifs en ce qui concerne ce secteur, la situation dépendra beaucoup du **partenariat,** auquel il faudra accorder une importance accrue. Les partenaires dans la filière d'approvisionnement agroalimentaire comprennent non seulement les producteurs et les transformateurs, mais aussi les organismes et les groupes, comme l'Agence canadienne d'inspection des aliments, qui ont fait du Canada un pays réputé pour la qualité et la salubrité de ses aliments. L'Agence, la première du genre dans le monde, améliore la position du Canada parmi les chefs de file dans le contrôle de la qualité, grâce à la fois au travail continu mené avec l'industrie pour mettre en uvre le système HACCP (analyse des risques et maîtrise des points critiques) visant à gérer les risques, et à sa collaboration étroite avec l'Organisation internationale des normes (ISO).

À la conquête du monde :

Des « équipes d'intervention rapide » font la promotion de l'investissement au Canada

Lorsque l'entreprise Heinz Bakery Products cherchait à construire une nouvelle usine nord-américaine, le Canada n'a été qu'un autre candidat en lice tant que le personnel

d'AAC ne s'est pas joint à des homologues d'autres ministères fédéraux et à la province de l'Ontario pour former une équipe d'intervention rapide. Cette équipe a préparé la voie à l'investissement. Le résultat : une nouvelle usine, située à Trenton (Ontario), qui emploie 220 personnes.

Des produits à la conquête du monde

Le Grand Prix canadien des produits nouveaux d'AAC met en vedette chaque année de remarquables produits alimentaires du Canada. Le lauréat du « Prix toutes catégories » représente le Canada à l'occasion du prestigieux salon de l'alimentation SIAL qui se tient tous les deux ans à Paris. Beaucoup de ces produits y ont remporté le SIAL D'OR, qui est le titre honorifique le plus élevé de ce salon. En 1996, les hauts de cuisse de poulet sans peau assaisonnés Choix du Président, baptisés « Meilleures que les ailes » et fabriqués par Loblaws et les Aliments Flamingo d'Iberville (Québec), ont mérité la médaille d'or, tout comme les pains à trois fruits de Dempster fabriqués par Canada Bread (Toronto).

Précédente Suivante

Canada

Atteindre l'excellence sur la scène mondiale

Le défi pour le Canada est de stimuler la croissance économique et d'augmenter les emplois en l'emportant sur ses concurrents dans l'un des milieux où la rivalité est la plus vive au monde.

Un plan d'action axé sur le succès

La tâche des Canadiens, telle que définie par Lyle Vanclief, ministre d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et ministre responsable de la coordination des affaires rurales, n'est rien de moins que ce qui suit : « être des concurrents de calibre mondial... stimuler la croissance économique et augmenter les emplois en l'emportant sur nos concurrents sur le marché mondial. » Le défi pour Agriculture et Agroalimentaire Canada est d'aider les Canadiens à réussir dans ce milieu, qui est l'un de ceux où la rivalité est la plus vive au monde.

L'excellence sur la scène mondiale, dans les sections qui suivent, donnera aux intéressés une image claire de ce qu'AAC entend faire au cours des trois prochaines années. Il définit comment AAC, de concert avec le secteur privé, peut diriger la croissance et la prospérité futures du secteur agricole et agroalimentaire canadien.

Pour faire face à cet environnement complexe, Agriculture et Agroalimentaire Canada a apporté des changements fondamentaux à la façon dont nous travaillons individuellement, les uns avec les autres et avec l'agroalimentaire. Nous avons défini trois secteurs d'activité clés qui précisent où nous concentrerons nos efforts :

- *Croissance des marchés*
- *Innovation pour un avenir durable*
- *Fondation solide pour le secteur et les collectivités rurales*

Ces secteurs d'activité clés sont clairement axés sur la croissance de l'industrie et la prospérité rurale. Et pour atteindre ces objectifs, nous puisons dans les talents non seulement de chaque direction générale du Ministère et de nos organismes apparentés, mais partout dans l'industrie. Notre quatrième secteur d'activités, *Saine gestion ministérielle,* consiste à veiller à ce que toutes les ressources que les contribuables canadiens ont confiées à AAC - humaines, matérielles et intellectuelles - soient affectées à bon escient et utilisées pour atteindre des résultats qu'apprécient l'industrie de l'agriculture et de l'agroalimentaire ainsi que les Canadiens.

Ces quatre secteurs d'activité servent de feuille de route pour le Ministère, montrant clairement la stratégie que nous allons suivre pour atteindre nos objectifs et les moyens d'y parvenir. Dans ces secteurs d'activité, les directions générales et autres partenaires du Ministère sont étroitement liés entre eux et interdépendants. La démarche d'AAC repose sur le travail d'équipe : combiner nos forces à celles de nos partenaires du portefeuille et aux partenaires de l'extérieur, comme les ministères fédéraux et provinciaux, les universités ainsi que les producteurs, les transformateurs et les distributeurs.

Ainsi, le Ministère est maintenant mieux placé pour rendre compte de ses réalisations et améliorer la contribution qu'il apporte aux Canadiens.

NOTRE VISION DU SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE CANADIEN

Un secteur agricole et agroalimentaire qui, en plus d'être en croissance, est concurrentiel et réceptif à la demande du marché,

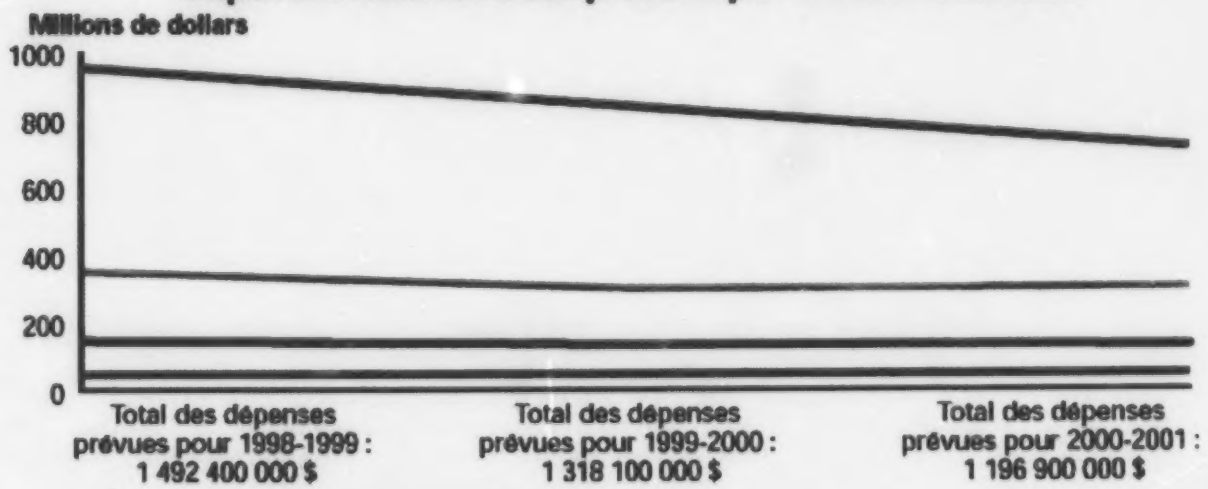
- est rentable;
- répond aux besoins alimentaires et non alimentaires en constante évolution des marchés intérieurs et extérieurs;
- contribue au bien-être de tous les Canadiens et Canadiennes et à la qualité de vie des collectivités rurales tout :
  - en protégeant la sécurité financière des producteurs;
  - en protégeant l'environnement;
  - en fournissant un approvisionnement d'aliments sains et de première qualité;
- est moins tributaire du soutien de l'État;
- repose sur des assises de politiques et une infrastructure efficaces.

ORGANISATION RESPONSABLE DE LIVRER LES RÉSULTATS

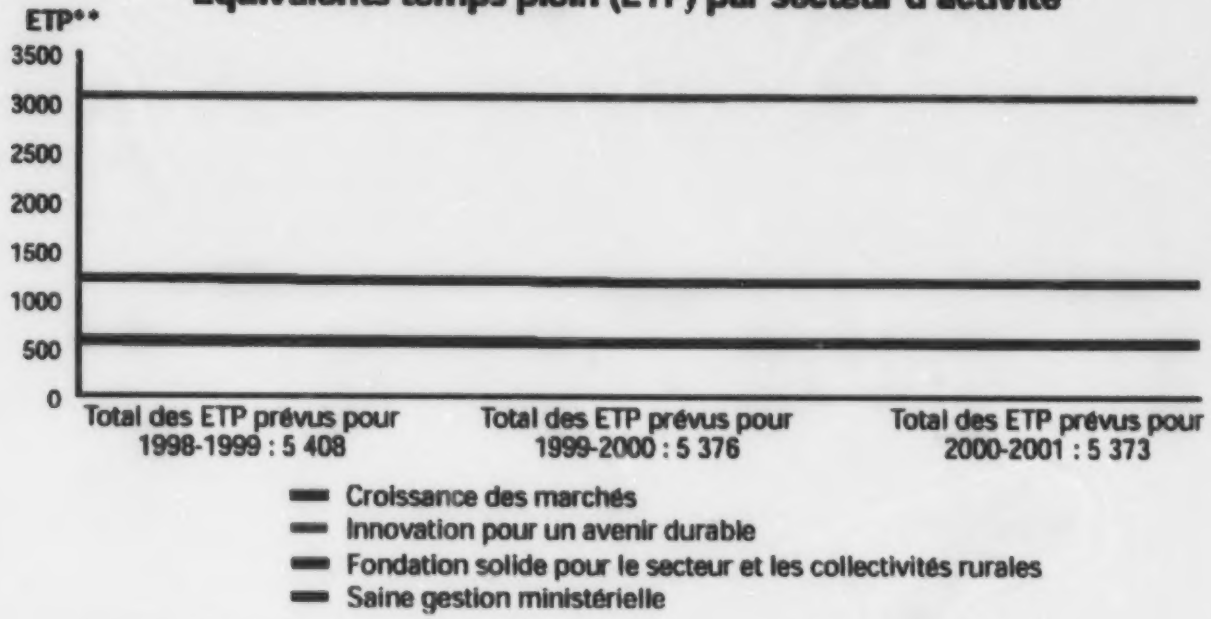
SECTEURS D'ACTIVITÉ	PRIMAIRE	COLLABORATRICE
CROISSANCE DES MARCHÉS	• Direction générale des services à l'industrie et aux marchés	• Direction générale de la recherche • Direction générale des politiques • Commission canadienne des grains
INNOVATION POUR UN AVENIR DURABLE	• Direction générale de la recherche • Administration du rétablissement agricole des Prairies • Direction générale des politiques	• Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
FONDATION SOLIDE POUR LE SECTEUR ET LES COLLECTIVITÉS RURALES	• Direction générale des politiques • Administration du rétablissement agricole des Prairies	• Direction générale de la recherche • Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
SAINE GESTION MINISTÉRIELLE	• Directions générales fonctionnelles [1] • Services juridiques • Bureaux de direction	• Directions générales hiérarchiques

1. Directions générales fonctionnelles : Services intégrés, Communications, Examen des programmes et Ressources humaines.

Dépenses ministérielles prévues par secteur d'activité



Équivalents temps plein (ETP) par secteur d'activité*



* Les nominations par décret et le personnel exonéré du Cabinet du ministre sont exclus.
** Les ETP sont une mesure de l'utilisation des ressources humaines.

Précédente Suivante

Canada

Croissance des marchés

Veiller avec l'industrie et les autres partenaires à garantir et à améliorer l'accès aux marchés, à permettre au secteur agroalimentaire de saisir les débouchés des marchés intérieur et extérieur en mettant l'accent sur les produits agricoles transformés, et à accroître les investissements intérieurs et étrangers dans l'industrie.

Conquérir les marchés

La méthode Équipe Canada	Accès aux marchés : Les accords commerciaux stimulent la croissance	Éliminer les obstacles au commerce
Suivre les règles : Les ententes internationales favorisent le commerce mondial	Développement des marchés Les objectifs du secteur nécessitent un rythme accéléré	Produits de calibre mondial
Accroître la compréhension du marché	Améliorer la compétitivité	Encourager les investissements : Créer le bon climat
	Le Service d'exportation agroalimentaire (SEA) Préparer le terrain pour le Japon et au-delà	

S'appuyant sur les 22,3 milliards de dollars de ventes à l'étranger du secteur agroalimentaire en 1997, le Canada est bien placé pour atteindre les objectifs d'exportation élevés que s'est fixés l'industrie. Nous entendons faire de la solide position du marché intérieur canadien un tremplin pour atteindre un succès international encore plus grand.

La méthode Équipe Canada

Pour réaliser ces objectifs, il faudra compter sur un travail d'équipe solide. En février 1998, AAC, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada lançaient ensemble le concept d'Équipe Canada Inc., un « comptoir » facilitant l'accès aux programmes du groupe. Équipe Canada Inc. est un aspect fondamental de la stratégie du groupe visant le développement du commerce international, qui intègre les politiques, programmes et services fédéraux à l'appui des exportateurs canadiens et de leurs produits. On peut communiquer avec le centre d'affaires d'Équipe Canada Inc. au numéro 1-888-811-1119.

Accès aux marchés :

Les accords commerciaux stimulent la croissance

Il est indispensable d'avoir un **accès** plus sûr et amélioré **aux marchés** si l'on veut connaître du succès. AAC collabore avec d'autres ministères d'Équipe Canada Inc. à négocier et à mettre en uvre des ententes sur le commerce international ainsi qu'à éliminer les obstacles aux échanges intérieurs et extérieurs.

AAC joue un rôle de premier plan à titre de négociateur international pour le secteur agricole et agroalimentaire. Non seulement nous voulons maintenir l'accès à notre principal marché traditionnel, à savoir les États-Unis, mais nous consacrons également beaucoup d'efforts aux négociations relatives à l'accession de la Chine, de Taïwan et de nombreux autres pays à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Le Canada préside aussi un comité des négociations commerciales, qui pilotera en 1998 les entretiens sur l'Accord de libre-échange des Amériques (ALEA). Lancé à l'occasion du Sommet des Amériques en avril 1998, l'ALEA devrait être conclu d'ici à 2005.

Sur le plan multilatéral, le Canada a un rôle important à jouer dans les négociations commerciales agricoles de l'OMC. (Voir suivre les règles)

Éliminer les obstacles au commerce

En plus d'ouvrir de nouveaux marchés, AAC protège énergiquement l'accès au marché existant du secteur agroalimentaire canadien en défendant nos intérêts autour du monde. Outre les efforts fournis pour résoudre les différends avec nos partenaires commerciaux traditionnels (notamment les États-Unis), nous travaillerons de plus en plus à intégrer des priorités sectorielles aux politiques commerciales et à résoudre ou à réduire les obstacles techniques ou autres entraves au commerce. À titre d'exemple, nous continuerons à rechercher une plus grande compatibilité avec nos plus importants partenaires, ce qui signifie que nous exercerons une pression accrue en vue dévoluer sur un pied d'égalité dans les domaines des pesticides, de l'étiquetage, des normes de produits ainsi que de la salubrité des aliments.

L'équivalence de la réglementation revêt de l'importance non seulement pour protéger les consommateurs et l'environnement, mais aussi pour faciliter la tâche d'un secteur qui a toujours été frustré par les inégalités et le nombre important de règlements et d'organismes de réglementation qui existent, même chez nous. AAC et son partenaire, l'Agence canadienne d'inspection des aliments, simplifient les dispositions législatives et réglementaires afin de les rendre plus propices à la croissance que nous visons. La nouvelle loi globale sur les aliments permettra par exemple de regrouper divers textes législatifs fédéraux tout en proposant un modèle pour la législation provinciale.

Produits à la conquête du marché mondial

ANUGA, la reine des foires alimentaires, se tient tous les deux ans à Cologne (Allemagne). En 1997, un nombre record de 71 entreprises canadiennes y ont participé. Résultat : 27 millions de dollars de ventes sur place et des ventes prévues de 66 millions de dollars au cours de la prochaine année.

Croissance des marchés Trois clés pour la réussite commerciale	Principaux résultats prévus
Accès aux marchés	• Négocier des ententes commerciales. • Lever des obstacles au commerce intérieur et international. • Promouvoir les intérêts du Canada par le truchement des activités des organismes internationaux.
Développement des marchés	• Coordonner une approche de partenariat stratégique avec le fédéral, le provincial et l'industrie quant à l'expansion des marchés extérieurs. • Dispenser des programmes et des services en vue de promouvoir la croissance des marchés extérieurs et intérieurs visant à la fois les produits et les compétences. • Faciliter une meilleure gestion de l'offre des aliments et un développement d'alliances comme moyen d'améliorer la compétitivité dans le secteur.
Investissement	• Coordonner une approche stratégique face à l'investissement dans le secteur agricole et agroalimentaire canadien à tous les paliers gouvernementaux. • Dispenser des programmes et des services qui appuient les alliances en vue d'accroître les investissements dans le secteur agricole et agroalimentaire canadien. • Appuyer le secteur agroalimentaire canadien dans le but d'accroître sa capacité et sa possibilité de fournir des produits compétitifs.

Suivre les règles :

Les ententes internationales favorisent le commerce mondial

« Nous ne pouvons nous entêter à rivaliser avec des pays qui sont plus gros et plus puissants que nous. Nous en sortirions perdants. Nous avons tout à gagner à favoriser l'adoption de règles commerciales qui s'appliquent également à tous. »

Déclaration du ministre Vanclief devant la Fédération canadienne de l'agriculture, le 27 février 1998

La libéralisation du commerce que nous vivons aujourd'hui a profité au Canada car elle lui a permis de plus que doubler ses échanges agroalimentaires avec les États-Unis depuis l'entrée en vigueur de l'Accord original de libre-échange entre les deux pays en 1989. En outre, le commerce sur les nouveaux marchés d'Asie et d'Amérique latine a pris un essor depuis l'heureux dénouement de l'Uruguay Round du GATT en avril 1994 et la création de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Cette réussite est attribuable en grande partie aux règles commerciales qui obligent les concurrents sur la scène mondiale à évoluer sur un pied d'égalité. Le Canada s'est prévalu de ces règles pour défendre avec succès son système d'équivalents tarifaires devant un groupe spécial de l'ALENA en 1996 et se prépare actuellement à

Le Canada a constamment plaidé en faveur d'un environnement commercial international plus ouvert et réglementé. Il est un intervenant de taille relativement petite sur la scène du commerce agricole mondial, mais il peut sortir gagnant à l'échelle internationale si tous les pays connaissent - et suivent - les règles. Notre objectif général est de veiller à ce que le cadre commercial constitue un fondement sûr et prévisible pour la croissance.

AAC encourage les participants du secteur à réfléchir sur leurs intérêts dans le système de commerce des produits agricoles. Le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire tient actuellement des audiences auxquelles il « prend acte » des observations du secteur; il pourra ainsi aider cette dernière à cerner ses intérêts en prévision des prochaines négociations en agriculture de l'OMC, qui se dérouleront en 1999. En outre, AAC et les gouvernements provinciaux parraineront au printemps de 1999 une conférence fédérale-provinciale-sectorielle visant à aider à définir

défendre son système de formation des prix à l'exportation des produits laitiers contre la toute dernière contestation américaine, cette fois devant l'OMC.

la position du Canada dans ces négociations.

Éliminer les obstacles au commerce intérieur : pas chose facile

Il y a cinq ans, la loi n'autorisait pas les expéditions de petites pommes de terre entre les provinces. Les seuls débouchés pour ces tubercules étaient forcément situés près des lieux de production et leur taille était en général assez limitée. Progressivement, la demande à la consommation s'est accrue, mais les producteurs hésitaient à changer le système : est-ce que les concurrents des autres provinces nuiraient à la production locale? Pour déterminer l'étendue du problème, AAC a consulté le Conseil canadien de l'horticulture et a procédé à des marchés-tests. Ces études ont donné de bons résultats, et une catégorie permanente de petites pommes de terre sera probablement établie aux termes de *Loi sur les produits agricoles au Canada,* ce qui en facilitera le commerce entre les provinces.

Développement des marchés
Les objectifs du secteur nécessitent un rythme accéléré

De concert avec le secteur, les provinces et ses partenaires d'Équipe Canada Inc., AAC accordera entre autres une attention spéciale au **développement des marchés.** De façon plus précise, nous intensifierons nos rapports de collaboration avec le Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire (CCCA) et le Conseil fédéral-provincial du développement des marchés. Nous mettrons également en uvre des programmes dynamiques par l'intermédiaire du Service d'exportation agroalimentaire, la composante agroalimentaire d'Équipe Canada Inc. (Voir l'encadré Le SEA : Préparer le terrain pour le Japon)

Nos principaux objectifs sont les huit débouchés prioritaires dans lesquels le Canada est solidement implanté. Les États-Unis, par exemple, constituent notre principal client : ils achètent plus de la moitié des produits exportés par le Canada et les trois quarts des produits agricoles transformés que nous écoulons à l'étranger. En une décennie, nous avons considérablement augmenté nos **exportations de produits de consommation** vers ce pays, et nous comptons poursuivre dans la même veine.

Nous sommes à mettre en uvre des plans d'action de trois à cinq ans qui visent à améliorer notre rendement non seulement aux États-Unis, mais dans les huit marchés prioritaires (qui sont, outre les États-Unis : le Japon, l'Union européenne, la Chine, la Corée du Sud, Taïwan, le Mexique et le Brésil), à qui ont été attribués 85 p. 100 de la valeur des exportations canadiennes au cours des quatre dernières années (1992-1996). Et comme nous croyons important de diversifier nos débouchés en ciblant de nouveaux marchés dynamiques, nous avons collaboré avec les partenaires du secteur et les administrations provinciales à formuler des stratégies pour les marchés en émergence comme les Philippines, Singapour, la Colombie et la Russie.

Produits de calibre mondial

Dans le but d'accroître les exportations canadiennes, AAC fait fonction de tremplin et travaille sur le front intérieur à encourager la compétitivité accrue et à positionner le Canada comme fournisseur de choix pour le 21e siècle. Afin de rehausser l'image du Canada à titre de fournisseur compétent de **produits compétitifs sur le marché international,** AAC et l'industrie participeront à au moins huit des principaux salons de l'alimentation du monde, notamment le SIAL, ANUGA et FOODEX. En outre, le Ministère enverra une délégation en Amérique latine en septembre 1998 afin d'aider à mettre en valeur le Canada comme fournisseur de produits agricoles et agroalimentaires de calibre mondial.

Accroître la compréhension du marché

Le succès de l'exportation repose sur une solide compréhension des marchés. AAC offre des services consultatifs aux clients de tout le Canada afin de les aider à se préparer au marché de l'exportation. Aujourd'hui dans le cadre du processus relatif aux stratégies du secteur agroalimentaire, nous prenons part à des activités de développement stratégique du commerce de concert avec 28 segments du secteur et associations agroalimentaires. Le « Cadre de développement de nouveaux marchés laitiers » donne par exemple à tous les intervenants du secteur laitier la chance de participer à l'élaboration d'une stratégie nationale à long terme, pilotée par le secteur, pour l'exportation des produits laitiers. L'industrie cible les marchés mondiaux de produits laitiers, surtout dans la classe des produits agricoles transformés.

Améliorer la compétitivité

Pour réussir sur les scènes intérieure et internationale, le secteur doit être sensible aux besoins de sa clientèle; il doit comprendre ce que veulent les consommateurs et se préparer à y répondre à des prix compétitifs. Les dépenses des consommateurs nationaux progressent d'environ 3,5 p. 100 par année, et le secteur canadien de la transformation alimentaire pourrait bénéficier en moyenne d'une croissance annuelle de 1,5 milliard de dollars.

Il faut absolument connaître du succès sur le marché intérieur pour profiter pleinement des marchés d'exportation en croissance. En offrant un service de première qualité sur le marché canadien, nous développons notre capacité à réussir sur les marchés compétitifs du monde entier. Nous travaillons étroitement avec les provinces et le Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire à améliorer la capacité du Canada à répondre aux besoins changeants du marché. Un tel exercice comporte une analyse des services et programmes gouvernementaux afin de s'assurer qu'ils épondent aux besoins l'industrie.

Encourager les investissements : **Créer le bon climat**

Le principal défi du Canada pour le 21e siècle sera de répondre aux besoins des consommateurs, surtout en produits agricoles transformés, en leur offrant les produits qu'ils désirent en quantités suffisantes. Pour suivre la cadence de la demande du marché que notre secteur s'attend de créer, le Canada doit attirer des **investissements.**

AAC accorde une attention particulière au secteur de la transformation et s'efforce de mieux définir le rôle des investissements dans sa capacité à fournir les approvisionnements nécessaires. Nous avons élaboré, en étroite collaboration avec les provinces, une stratégie fédérale-provinciale des investissements en agroalimentaire afin de retenir les investissements existants et d'en promouvoir de nouveaux. Cette stratégie a été présentée aux ministres fédéral-provinciaux-territoriaux de l'Agriculture, durant leur conférence annuelle en juillet 1998.

Notre objectif est d'améliorer le climat des investissements et de promouvoir les avantages du Canada comme endroit où investir. Nous avons l'intention de favoriser davantage de projets de co-investissement - réunir les investisseurs canadiens et internationaux dans le cadre de projets touchant non seulement les petites et moyennes entreprises agroalimentaires, mais aussi les entreprises multinationales canadiennes.

Au cours des prochaines années, le comité conjoint élaborera un plan de travail qui favorisera une collaboration quant aux questions comprenant l'appui donné au Canada en tant que lieu propice aux investissements et les entraves à l'expansion des investissements.

Le succès des activités d'exportation dépend également d'efforts intensifs pour accroître l'envergure de quantité d'usines de transformation alimentaire et accélérer l'adoption d'une nouvelle technologie. Cela sous-entend qu'il faut fournir au secteur national un meilleur accès au capital d'investissement, élaborer des projets d'adaptation en milieu rural qui serviront à amener des changements dans notre secteur et promouvoir des alliances entre les industries et les gouvernements de même qu'entre les sous-secteurs industriels. De plus, AAC guidera le secteur en procédant à une analyse internationale des secteurs clés, ce qui permettra d'évaluer la capacité concurrentielle du Canada, y compris les défis posés par les nouveaux compétiteurs et les forces sur lesquelles nous devons nous appuyer.

Nos exportations de porc ont doublé

Pour préparer les entreprises à exporter, il faut faire du travail spécialisé auprès des exportateurs de chaque région du pays. Par exemple, de concert avec Canada Porc International, AAC verse des fonds à cette fin à même le budget de sa Stratégie de développement des marchés agroalimentaires (SDMA), dispense du soutien en matière de politique commerciale internationale et participe à des missions commerciales. Ces efforts conjoints ont permis au Canada d'accroître de 100 p. 100 ses exportations de porc depuis 1991.

Excellence en matière d'investissement

Selon KPMG, une société internationale d'experts-conseils, le Canada est un endroit privilégié pour les investissements commerciaux. Ses coûts commerciaux sont moins élevés qu'aux États-Unis et que dans cinq pays européens de premier plan - France, Allemagne, Italie, Suède et Royaume-Uni.

Le Service d'exportation agroalimentaire (SEA)

Préparer le terrain pour le Japon et au-delà

Lorsque le SEA a présenté des entreprises agroalimentaires canadiennes à un important acheteur japonais l'automne dernier, les Canadiens, prompts à tirer parti de possibilités commerciales, ont apporté quelques modifications à leurs produits en vue de satisfaire aux exigences des Japonais. Résultat : à peine trois mois plus tard, plusieurs millions de dollars de nouvelles ventes à l'exportation malgré le repli de l'économie asiatique.

Le SEA, qui a eu trois ans en juin dernier (1998), est un service fédéral à guichet unique d'appui aux exportations qui aide les entreprises canadiennes dès leur demande initiale de renseignements jusqu'à leur percée sur le marché international. Il donne aux entreprises accès au personnel des bureaux régionaux et aux experts nationaux et leur permet d'établir des liens avec des spécialistes du commerce agroalimentaire en poste dans les ambassades canadiennes à l'étranger. Il regroupe un certain nombre d'intervenants qui facilitent les choses pour la clientèle : Société pour l'expansion des exportations, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Bureau de diversification de l'économie de l'Ouest, Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec et Industrie Canada.

Le SEA en direct, un site Web sur Internet (http://atn-riae.agr.ca) qui renferme non seulement des pistes de clients éventuels et de l'information sur les marchés, mais aussi une base de données sur les acheteurs étrangers, dessert, selon les estimations, plus de 1 200 clients par mois. De plus, sa banque de données reçoit 500 visites. Le SEA en direct est directement lié à ExportSource (http://exportsource.gc.ca), un site mis au point par les partenaires d'Équipe Canada en vue de lier les sites Internet de l'ensemble de l'administration fédérale et de fournir instantanément de l'information sur la réglementation, le financement, les statistiques, les expositions commerciales, les missions et d'autres aspects de l'exportation.

Accès à l'Amérique latine

Ils sont venus d'Argentine... du Brésil... du Chili... de la Colombie... du Mexique... de Panama... du Vénézuela! Durant une semaine en février 1998, 25 acheteurs et neuf délégués commerciaux représentant quelques-unes des plus importantes et influentes compagnies agroalimentaires d'Amérique latine ont quitté l'hémisphère ensoleillé du Sud pour visiter Toronto, Moncton et Montréal. Le résultat de la mission pour les fournisseurs canadiens a été le suivant : près de 700 réunions individuelles afin d'aider les Canadiens à accéder à l'Amérique latine.

Precedente Suivante

Canada

Innovation pour un avenir durable

Aider l'industrie dans ses efforts visant à mettre au point et à préparer des produits et des procédés concurrentiels dans le respect de l'environnement.

Pour un avenir compétitif et durable

Innovation : Ajouter de la valeur	Innover grâce à des partenariats stratégiques	Co-investissement Le doux parfum du succès
Un moteur de l'excellence	Utilisation durable des ressources : Convergence des objectifs économiques et environnementaux	Intégration des politiques et du processus décisionnel

La compétitivité à long terme est tributaire de l'innovation - et l'industrie agricole et agroalimentaire du Canada s'impose comme l'un des secteurs qui est le plus innovateur et qui a la plus forte concentration d'expertise sur le marché Toutefois, pour préserver sa réputation mondiale d'innovatrice, elle a besoin de capitaux : si le Canada désire vraiment prospérer, il doit investir ses ressources dans les domaines qui seront les plus avantageux pour les Canadiens.

Selon les analyses, c'est la recherche agroalimentaire qui rentabilise le plus les investissements. (Voir, Un coup de pouce à la production céréalière). **Le secteur de l'agroalimentaire consacre 1 milliard de dollars à la recherche et au développement agroalimentaires, dont 353 millions ont été investis par AAC en 1997-1998.**

Innovation : **Ajouter de la valeur**

AAC a mérité sa réputation mondiale en recherche agricole grâce à sa recherche constante de l'excellence. Au cours des trois prochaines années, nous introduirons dans l'est du Canada la première moutarde produisant de l'huile de qualité égale à celle du canola de même qu'une variété de soja à haute teneur en protéines. Ces deux innovations témoignent des outils nécessaires aux producteurs pour répondre aux besoins d'un marché en évolution.

Notre R. et D. ne porte pas uniquement sur les cultures, mais aussi sur la réduction du coût des intrants, tout en améliorant les produits et le mode de production. Cela comprend entre autres l'aspect sécuritaire de nos produits et processus, et la durabilité de l'environnement, qui se concrétise en aidant les Canadiens à préserver le sol, l'eau, la qualité de l'air et les ressources génétiques. (Voir Des produits à la conquête du monde). **Nous entendons également rechercher la valeur ajoutée aux produits courants, soit l'initiative dans laquelle s'inscrit notre travail visant à autoriser, d'ici l'an 2000, le composant actif du lin sur le plan pharmacologique, et des technologies relatives aux arômes naturels et aux colorants.**

Innover grâce à des partenariats stratégiques

Notre but est non seulement de continuer à investir au même rythme dans la R. et D., mais aussi de stimuler des investissements plus substantiels dans tout le secteur. À l'heure actuelle, l'industrie participe dans une proportion d'un peu plus de 20 p. 100 aux activités globales de recherche et de développement agroalimentaires. Les investissements en recherche dans le secteur agroalimentaire du pays augmentent, mais il en est de même du produit intérieur brut (PIB) rapporté par le

secteur. Par conséquent, les investissements globaux provenant de sources publiques et privées sont demeurés les mêmes en proportion du PIB depuis 1991, soit 2,7 p. 100. Bien que ce pourcentage soit plus élevé que dans certains autres secteurs, nous pouvons l'améliorer, surtout grâce à des partenariats plus efficaces.

Dans ses programmes de recherche, AAC met l'accent sur les activités que le secteur privé ne pourrait mener seul de façon rentable. Le Programme de partage des frais pour l'investissement d'AAC (voir l'encadré Co-investissement) connaît un grand succès depuis son lancement il y a environ trois ans. Les investissements en question, qui ont augmenté chaque année de façon constante, devraient atteindre un total annuel de 70 millions de dollars d'ici à l'an 2000.

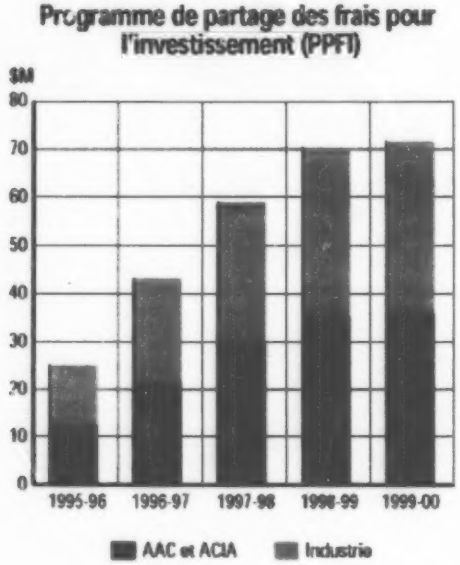
Nous cherchons à intensifier nos activités conjointes avec le secteur. L'Administration du rétablissement agricole des Prairies, par exemple, gère notre contribution de 64 millions de dollars au Fonds d'innovation agroalimentaire Canada-Saskatchewan. Ce projet de 91 millions de dollars lancé en 1997 appuie surtout la mise au point de produits nouveaux et d'avant-garde ainsi que la production à valeur ajoutée. Le Fonds comprend des mégaprojets et des actvités plus spécifiques comme les cinq projets pilotes que l'ARAP mène en collaboration avec des groupements de producteurs et des autochtones; dans le cadre de ces projets, les partenaires utilisent les SIG (systèmes d'information géographique) pour analyser le paysage de certains districts et définir différents modes de diversification des cultures dans ces districts.

Des produits à la conquête du monde

Une innovation canadienne, soit un mécanisme de semis adapté à un sol non travaillé, se vend maintenant à l'échelle mondiale. On observe ici une réaction en chaîne : une pratique agricole innovatrice, respectueuse de l'environnement, mène à la création de nouveaux produits qui se vendent au pays et à l'étranger.

L'Australie fournit un sol fertile pour certaines variétés d'avoine canadiennes, ce qui se traduit par des recettes supplémentaires à investir dans notre recherche agricole. Grâce à leur résistance supérieure aux maladies, les variétés d'avoine Dumont, Riel et Robert mises au point par le Centre de recherches sur les céréales d'AAC à Winnipeg ont décroché une part d'environ 15 p. 100 du marché dans le nord de l'Australie. Les redevances s'élèvent à quelque 10 000 $ par année. (Extrait de la publication Agro-filière d'AAC).

Innovation pour un avenir durable Trois clés menant au succès	Principaux résultats prévus
Innovation	• Offrir des services et des technologies propres à conserver le sol, l'eau, la qualité de l'air et les ressources génétiques. • Accroître les recherches faisant l'objet d'une concertation entre l'industrie et le Ministère. • Introduire : – des variétés végétales résistantes au stress ainsi que de nouveaux systèmes de production et de protection des cultures; – de nouveaux systèmes de production et de protection des animaux; – de nouveaux produits et procédés alimentaires et non alimentaires à valeur ajoutée.
Utilisation durable des ressources	• Évaluer/gérer les ressources en terre et en eau pour une utilisation durable. • Accroître la diffusion et l'application d'informations innovatrices touchant les ressources à l'intérieur des systèmes agricoles et agroalimentaires. • Accroître la contribution du secteur aux engagements environnementaux internationaux.
Politiques ministérielles et prise de décisions	• Mettre en place un cadre stratégique agroalimentaire respectueux de l'environnement. • Fournir de l'information afin d'appuyer un processus de prise de décision respectueux de l'environnement



Co-investissement

Le doux parfum du succès

Le Canada est bien placé pour intensifier fortement sa présence sur le marché mondial de la vanille, grâce aux travaux menés au Centre de recherche et de développement sur les aliments, à Saint-Hyacinthe (Québec). Toujours à l'affût de produits agricoles transformés, le Centre a fait équipe avec la filiale canadienne de la société suisse Givaudan-Roure Inc. pour trouver une façon de stimuler la production de vanille. Givaudan-Roure détient 10 p. 100 du marché mondial de ce produit à forte valeur.

Après deux années et demie de travail en laboratoire, les chercheurs d'AAC ont mis au point des techniques de biotransformation qui accroissent de 7 p. 100 le rendement des gousses. Forte de cette nouvelle technologie, la société suisse concentre sa production mondiale de vanille dans son établissement de Brampton (Ontario), qui emploie 80 personnes.

Ce projet de concertation n'est qu'un exemple parmi des centaines. Aujourd'hui, une foule de recherches concertées sont lancées dans le cadre du Programme de partage des frais pour l'investissement (PPFI) de concert avec le

FCADR. La formule est la suivante : le Ministère verse une contrepartie pour les investissements que réalise l'industrie dans divers projets de recherches, qui vont de la création de nouveaux cultivars de soja en vue de la production de lait de soja, à la mise au point de rehausseurs d'arômes pour les levures, en passant par le perfectionnement des techniques de sélection pour découvrir le blé dur dont la pigmentation jaune sera idéale pour la préparation de nouilles. Lancé en 1995 avec un budget de 12,5 millions de dollars, le PPFI a suscité dès la première année 500 projets qui se sont traduits par des investissements mixtes de plus de 23 millions de dollars de l'industrie et du gouvernement. Quelque 886 projets ont été entrepris en 1997-1998, et les budgets du programme n'ont cessé de croître, atteignant 35,2 millions de dollars en 1998-1999 (contribution d'AAC et de l'ACIA comprises), pour un investissement total qui pourrait dépasser 70 millions. L'investissement pour les deux années suivantes sera de 35,8 millions de dollars (Extrait de la publication Agvance d'AAC).

Un coup de pouce à la production céréalière

Avec d'estimations prudentes, des économistes fédéraux et universitaires ont conclu que les investissements en recherche sur le blé donnaient un rendement de 34 p. 100, ce qui représente un avantage net de 377 millions de dollars par année. AAC exécute 80 p. 100 des travaux de recherches dans ce domaine.

La recherche nous permet d'être compétitif à l'échelle internationale. D'ici à trois ans, AAC mettra sur le marché la première variété de blé blanc vitreux du printemps, une variété de blé d'hiver de première qualité, un blé de printemps des Prairies beaucoup plus riche en protéines et une autre variété qui résiste à la brûlure de l'épi.

Un moteur de l'excellence

Une bonne partie des travaux d'AAC s'effectue grâce à un réseau de 18 centres de recherches qui ont chacun une vocation spécialisée; cette vocation témoigne des points forts de l'industrie dans la région où les centres se trouvent. Ces centres d'expertise sont souvent des moteurs de la croissance du secteur. La recherche et l'innovation tirent parti de ce regroupement, car il permet de mettre en commun les connaissances et l'expertise dans un même lieu.

Par exemple, le Centre de Saskatoon est en voie de devenir un chef de file mondial en biotechnologie agricole, et un grand nombre des principaux biologistes moléculaires du Ministère y travaillent. Un nombre croissant d'entreprises, dont des multinationales, se rendent à Saskatoon parce qu'on y mène de la recherche de pointe. Nous misons sur cette réputation, qui confère au Canada un avantage sur un grand nombre de ses concurrents : nous sommes bien placés pour suivre la vague des nouvelles cultures issues du génie génétique. À titre d'exemple, la Section des oléagineux exploite des techniques de sélection conventionnelles ainsi que la biotechnologie pour développer un germoplasme d'élite d'espèces de brassica, dont les particularités feront en sorte que le Canada maintiendra et améliorera sa position vis-à-vis des concurrents étrangers au chapitre de la production d'oléagineux tirés des brassica. Les règlements canadiens sévères et les évaluations en matière de sécurité menées par l'Agence canadienne d'inspection des aliments contribuent àrehausser notre réputation internationale.

Le Canada, comparativement à de nombreux pays, utilise peu d'engrais et de pesticides

Épandage d'engrais, 1993

Utilisation durable des ressources : Convergence des objectifs économiques et environnementaux

Dans le monde d'aujourd'hui, l'innovation à elle seule ne suffit pas. Il faut encourager **l'adoption** de techniques de recherche et de méthodes novatrices sur le plan agricole et celui de la transformation alimentaire qui donneront aux Canadiens un avantage concurrentiel **dès aujourd'hui** sans mettre en danger les ressources de base sur lesquelles repose la productivité de demain. (Voir, Une révolution pancanadienne dans les pratiques d'ensemencement)

Les solutions novatrices en gestion des sols et de l'eau doivent apporter aux producteurs des avantages sur le plan environnemental et leur assurer une plus grande sécurité économique à long terme. Ainsi, l'Administration du rétablissement agricole des Prairies, qui participe à la planification des ressources à l'échelle de la collectivité tout en prodiguant des conseils sur le sujet, s'efforce de combattre l'érosion des sols et de préserver la qualité des sols et de l'eau. Nous dressons actuellement un plan d'évaluation des problèmes reliés aux sols pour toute la région des Prairies, préparons des programmes de sensibilisation aux problèmes environnementaux à l'échelle du secteur et faisons des efforts pour maintenir la biodiversité des grands pâturages libres appartenant au gouvernement fédéral et au secteur privé.

Alerte à la cécidomie!
Prédire l'avenir à la façon Saskatoon

Les solutions respectueuses de l'environnement peuvent être rentables pour les agriculteurs. Ainsi, un grave problème de cécidomie du blé dans les Prairies a amené les chercheurs du Centre de recherches de Saskatoon d'AAC à mettre au point un système de lutte biologique qui réduit les populations de cet insecte de 30 à 80 p. 100. Le programme fait appel à une « carte de prévision » de la cécidomie du blé qui permet aux agriculteurs de faire de la prévention plutôt que de recourir seulement à des moyens de lutte chimique. Non seulement le système de lutte biologique améliore-t-il la productivité agricole, mais il est aussi propice à la « santé » à long terme de la terre.

Intégration des politiques et du processus décisionnel

Il faut de plus en plus intégrer les considérations économiques et environnementales aux politiques et processus décisionnels. Notre rôle consiste à assumer le leadership et à fournir des directives. À titre d'exemple, le maintien de la biodiversité est une question clé pour l'équilibre de l'environnement canadien. AAC collaborera avec l'industrie et les partenaires gouvernementaux au cours des deux prochaines années afin de mettre en uvre sa Stratégie de biodiversité.

Dans l'objectif d'améliorer le processus décisionnel à la fois au sein du gouvernement et dans les exploitations agricoles, nous offrons de l'information et des analyses rigoureusement scientifiques. (Voir, L'agriculture en harmonie avec la nature) Ainsi, nous poursuivrons nos efforts soutenus, de concert avec l'industrie et les provinces, pour élaborer des indicateurs agro-environnementaux et diffuser les données. L'information provenant, par exemple, des indicateurs opportuns des sols et de l'eau offre aux agriculteurs des « instantanés » utiles sur la situation et est importante pour l'efficacité du processus décisionnel dans les fermes.

AAC s'intéresse également à des questions qui ont une incidence mondiale, comme le changement climatique (voir, Un nouveau souffle pour les terres). Nous examinons les politiques qui agissent sur le secteur dans son ensemble. À titre d'exemple, il faut, en vertu de la *Loi sur la protection du revenu agricole,* procéder à des évaluations environnementales de l'ensemble des politiques et des programmes d'intérêt public ou qui sont sources de préoccupations environnementales. Nous évaluerons également les nouvelles politiques ou celles qui font l'objet d'une révision.

Les décisions que nous prenons doivent être bonnes pour l'économie et l'environnement. Voilà la pierre angulaire de nos politiques et l'assise dont dépendent nos familles agricoles et nos industries alimentaires.

Protéger l'environnement
Une révolution pancanadienne dans les pratiques d'ensemencement

Les agriculteurs protègent leur terre et leur compte de banque par la même occasion.

Aujourd'hui, de plus en plus, c'est LA FAÇON de semer qui

compte. Les agriculteurs canadiens adoptent en nombre accru le semis direct - mode de production où les semences sont déposées directement dans le chaume de l'année précédente, le sol étant dérangé le moins possible, voire aucunement.

Selon l'Administration du rétablissement agricole des Prairies (ARAP) d'AAC, le non-labour et autres pratiques de travail réduit du sol annoncent une révolution dans les méthodes de semis. Les nouvelles techniques d'agriculture sans danger pour l'environnement sont en train de s'implanter dans les fermes canadiennes. Dans le centre-ouest de la Saskatchewan seulement, le recours au semis direct ou au travail minimal du sol a augmenté considérablement en 1998. On l'utilise sur plus du quart des champs ensemencés (précédemment en culture ou en jachère) et sur près de la moitié des champs ensemencés sur chaume (précédemment en culture).

Le travail réduit du sol est une forme de gestion du risque pour l'avenir, en ce sens que cette façon de procéder est un mode d'agriculture plus viable - sur les plans économique et environnemental. La mise en pratique dans une ferme d'un mode de production sans labour permet aux producteurs de réduire leurs coûts d'intrant (un travail réduit du sol se traduit par des factures de carburant moins élevées, une dépréciation moindre de la machinerie et une économie notable de temps et de main-d'oeuvre) tout en combattant l'érosion du sol et en améliorant les habitats fauniques. Et, à long terme, cette façon de procéder améliore le sol lui-même, entraînant une augmentation de la teneur en matière organique et de l'action microbienne. Ces avantages se font sentir bien au-delà des limites de la ferme. L'accumulation de carbone dans le sol aide à réduire les émissions de gaz à effet de serre à l'échelle planétaire et une moins grande utilisation du tracteur pour le travail du sol se traduit par une réduction de la pollution de l'air.

Des tomates dans le seigle

Des chercheurs d'AAC plantent des tomates de transformation directement dans le chaume de seigle. Pourquoi? Une couverture de seigle non seulement garde le sol en place et améliore la teneur en matière organique, mais elle agit également comme un drap thermique qui protège les plantes délicates de la fraîcheur des nuits printanières et garde le sol humide durant la canicule estivale. De plus, le seigle dégage une odeur qui confond l'ennemi juré de la tomate, le doryphore de la pomme de terre, et le chaume constitue un habitat idéal pour les prédateurs de ce dernier. Le résultat : un emploi moindre de pesticides.

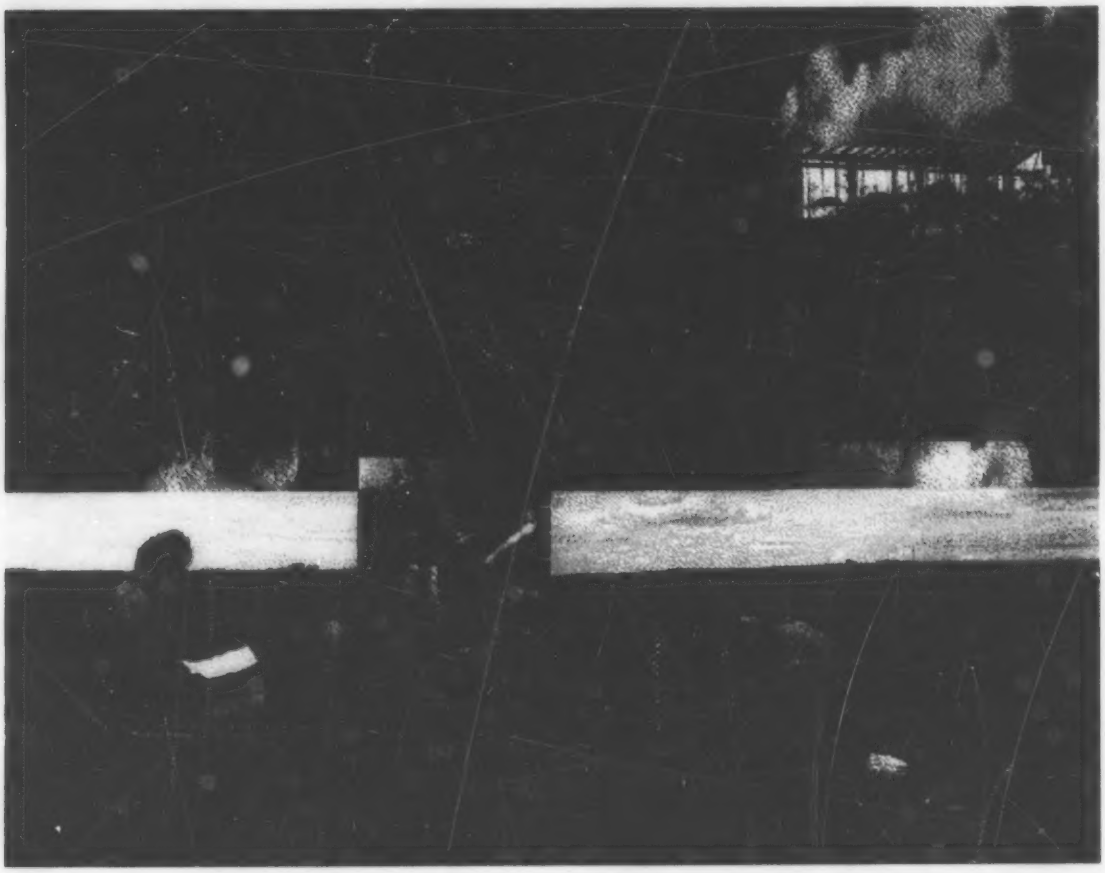
Aider les éleveurs de porcs à devenir de meilleurs voisins

Est-il possible de créer un menu pour les porcs qui non seulement leur réussisse, mais aussi réduise les polluants dans le lisier? Les chercheurs d'AAC se sont penchés sur la question de concert avec leurs homologues du secteur privé. Il suffit d'introduire les variables appropriées dans l'ordinateur du Centre de recherche et de développement sur le lait et le porc à Lennoxville, et le Programme PorcExpert trouvera la formulation de l'aliment idéal. Il est possible, avec le bon menu, de réduire de pas moins de 40 p. 100 de l'azote excrété, et il en coûte à peine 2 p. 100 de plus que pour la ration ordinaire.

Comme le transfert de technologie à l'industrie dépend de la diffusion de l'information, cette découverte et d'autres du genre sont présentées à Une planète à découvrir, une série télévisée axée sur la science de l'environnement. Diffusée chaque semaine sur le canal Découverte, cette série de 16 capsules de 6 minutes met en relief les réalisations scientifiques d'AAC et d'Environnement Canada.

Ces projets ne représentent qu'une petite partie du travail d'AAC avec l'industrie. De concert avec l'industrie porcine et les provinces, AAC élabore actuellement une stratégie de gestion environnementale du porc pour laquelle il dispose d'un

financement de 2 millions de dollars en vertu du FCADR. L'objectif est de s'assurer que l'industrie connaît une croissance durable. Ensemble, nous recherchons des solutions novatrices aux défis environnementaux que pose la production du porc.



L'agriculture en harmonie avec la nature

La stratégie de développement durable d'AAC, intitulée L'agriculture en harmonie avec la nature, comporte des objectifs et un plan d'action triennal aux fins de la durabilité agro-environnementale. Cette stratégie, élaborée en consultation avec plus de 800 représentants de l'industrie, s'appuie sur une compréhension des meilleures contributions que nous pouvons faire pour améliorer la performance environnementale du secteur, sur le recours à la science comme fondement de la formulation de solutions, sur la promotion de pratiques durables et sur la mise en valeur de nos points forts environnementaux sur le marché mondial. Par exemple :

- Le Programme national de conservation du sol et de l'eau, qui vient d'être créé, est un fonds de deux ans d'une valeur de 10 millions de dollars en vertu du Fonds canadien d'adaptation et de développement rural (FCADR) qui vise à régler les problèmes liés au respect de l'environnement. Les projets concernent, entre autres, la planification aux fins d'une meilleure gestion environnementale sur la ferme, une meilleure utilisation du fumier et la création de clubs de conservation visant à réduire l'incidence de l'agriculture sur les bassins versants.

En prenant soin des terres, on prend soin du climat

Pour commencer, les bonnes nouvelles. Au cours des 15 dernières années, la quantité des gaz à effet de serre provenant des sols a considérablement diminué, en grande partie grâce à de meilleures pratiques de gestion des terres (on estime que l'agriculture produit 12 p. 100 des émissions annuelles au Canada). De fait, on prête aux sols un nouveau potentiel, qui est celui d'agir comme puits de gaz carbonique.

Ensuite - d'autres bonnes nouvelles. De concert avec l'industrie et les groupes environnementaux, AAC est à élaborer un plan systématique pratique pour améliorer notre performance. Nous avons réuni une table d'experts qui conseille le

gouvernement en matière d'analyse des changements climatiques et aide à mettre au point une stratégie nationale sur les changements climatiques qui tient compte des répercussions, des contributions et des solutions du secteur agricole. L'objectif est le suivant : aider le Canada à réaliser l'engagement qu'il a pris à Kyoto en 1997, en vertu duquel il entend réduire de 6 p. 100, d'ici 2008-2012, le taux d'émissions de gaz à effet de serre qu'il produisait en 1990.

Précédente Suivante

Canada

Fondation solide pour le secteur et les collectivités rurales

Travailler à accroître la viabilité économique et l'autonomie du secteur tout en renforçant les possibilités de développement rural

Outils pour un 21e siècle compétitif

Cadre stratégique : Suivre la cadence dans un monde en pleine effervescence	Gérer les risques avec une nouvelle génération de programmes de protection du revenu	Comment fonctionnent les conseils d'adaptation
S'adapter à l'économie d'aujourd'hui	Évolution de la gestion de l'offre	Réforme de la politique sur les céréales et les oléagineux
Le Partenariat rural canadien	La lentille rurale	Accès à l'économie fondée sur le savoir
Information - et infrastructure	Coopératives : Étudier de nouvelles possibilités	

Dans ses efforts visant à établir de solides assises pour l'industrie et à renforcer les collectivités rurales, Agriculture et Agroalimentaire rejoint directement les citoyens de tout le pays - que ce soit par l'intermédiaire des programmes d'adaptation et de protection du revenu, des politiques de réglementation visant à promouvoir la compétitivité des secteurs agricoles et agroalimentaires ou de l'importance accrue qu'accorde le gouvernement fédéral au développement rural.

Notre objectif consiste ici à mettre en place un climat commercial propice à l'industrie et aux collectivités rurales grâce à l'élaboration de programmes concrets qui encouragent l'innovation, la prise de risques et, de plus en plus, l'autonomie.

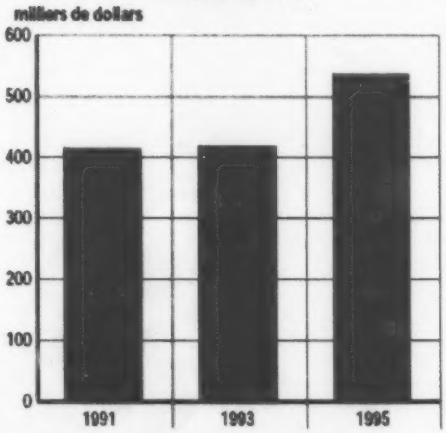
3 clés du succès	Principaux résultats prévus
Cadre stratégique	• Aider les producteurs à gérer leurs propres risques, et encourager la stabilité du secteur. • Développer une industrie réceptive et autonome, capable de s'adapter à un contexte commercial changeant (avec un ensemble renouvelé de programmes d'adaptation). • Maintenir des politiques de commercialisation et de réglementation pour : – les industries laitières, avicoles et ovocoles (production, commercialisation, transformation); – les produits céréaliers et oléagineux crus et transformés (production, commercialisation, transport et manutention). • Intégrer les intérêts agroalimentaires aux politiques et programmes sociaux et économiques de l'ensemble des ministères fédéraux.
Économie rurale	• Intégrer les préoccupations rurales aux politiques et programmes fédéraux. • Utiliser les mécanismes de prestation des services qui accroissent la sensibilisation rurale et l'accès aux initiatives fédérales. • Accorder du financement et du soutien technique pour aider à établir une infrastructure rurale qui saura attirer de nouvelles entreprises diverses et favoriser l'autonomie du secteur.
Coopératives	• Créer un environnement législatif qui permet aux coopératives de répondre aux besoins des membres tout en préservant leur caractère distinct.

Cadre stratégique :
Suivre la cadence dans un monde en pleine effervescence

Le cadre stratégique mis en place au Canada pour le secteur agricole et agroalimentaire et pour les collectivités rurales leur permet de suivre la cadence dans un monde en pleine effervescence. La génération actuelle de programmes nationaux de protection du revenu aide les producteurs à gérer leurs risques, et des projets spéciaux d'adaptation leur fournissent les ressources et l'aide dont ils ont besoin pour prospérer dans un climat d'affaires en mutation.

Bon nombre de facteurs favorisent cette performance, dont les prix avantageux et les faibles taux d'intérêt. Toutefois, les prix sont appelés à fléchir en 1998. Le rôle d'AAC est d'aider les agriculteurs à gérer ce risque à l'aide d'une nouvelle génération de programmes de protection du revenu agricole. Les producteurs ont largement recoursà ces programmes pour se prémunir contre les baisses substantielles de revenu attribuables au mauvais temps ou aux marchés médiocres.

Valeur nette moyenne par ferme, Canada 1991, 1993, 1995



Gérer les risques avec une nouvelle génération de programmes de protection du revenu

Au cours des dernières années, le régime de protection du revenu a évolué pour s'adapter aux réalités du marché, passant d'une protection produit par produit à une approche dite de l'« ensemble de l'exploitation ». Le Compte de stabilisation du revenu net (CSRN), par exemple, donne aux producteurs la possibilité d'épargner au cours des années de vaches grasses, comme une sauvegarde contre un fléchissement du marché. Plus de 130 000 producteurs ont ainsi versé quelque 2,4 milliards de dollars dans leur compte. Conjugué aux programmes fédéraux-provinciaux d'assurance-récolte et d'autres programmes complémentaires plus ciblés et particuliers aux provinces, le CSRN atténue les variations du revenu net à long terme et favorise la stabilité dans le secteur.

Le gouvernement du Canada investit annuellement 600 millions de dollars dans la protection du revenu agricole, et les provinces y consacrent à leur tour 400 millions. Le Comité national d'examen de la

protection du revenu, mis sur pied en décembre 1997, procède à une révision en profondeur du CSRN et des autres programmes de protection du revenu en vue de les renforcer. Le Comité, composé de représentants de toutes les grandes organisations agricoles, recherche les meilleurs mécanismes pour favoriser le bien-être financier des agriculteurs canadiens. Un rapport a été remis au ministre en juin 1998. Ce rapport offre une évaluation des programmes actuels ainsi que des suggestions de changements; il indique également les priorités des agriculteurs en ce qui a trait aux prochains programmes de protection du revenu et énonce les principes jugés importants dans l'établissement des orientations futures. Dans le cadre de l'examen global, on évalue également la pertinence des programmes de soutien basé sur le revenu en cas de calamités, qui sont mis en uvre dans trois provinces.

Comment fonctionnent les conseils d'adaptation

Pour faire participer les organismes de base à la prise de décisions, AAC a confié l'administration d'environ 40 % du FCADR, soit quelque 100 millions de dollars, à des conseils d'adaptation dirigés par le secteur et établis dans chaque province et territoire. Les conseils, dont les membres représentent l'ensemble du secteur, établissent les priorités, décident de l'attribution des fonds et gèrent leur part du FCADR afin de régler des problèmes qu'ils identifient eux-mêmes.

Grâce à l'aide du FCADR qu'elle reçoit du Conseil de l'adaptation agricole de l'Ontario, l'Agence ontarienne de commercialisation des ovins est en mesure d'appliquer de nouvelles technologies de reproduction qui ne lui auraient pas été accessibles autrement. Son projet consistera à renforcer l'infrastructure de l'industrie du mouton en mettant en place des systèmes d'accréditation sanitaire des troupeaux et des stratégies de reproduction.

La British Columbia Investment Agriculture Foundation a fourni une aide du FCADRà l'Okanagan Federated Shippers Association dans le but de stimuler la viabilité à long terme de l'industrie de la pomme de la Colombie-Britannique par l'examen des facteurs à l'origine de la maladie du brunissement de la pomme Braeburn. En améliorant la fiabilité des produits, le projet contribue à la diversification de l'industrie.

Des produits à la conquête du monde

Du gibier, Messieurs Dames? Northern Fine Foods, partenariat de trois entreprises de transformation des aliments basées en Ontario, produit de la viande de gibier de spécialité haut de gamme pour le marché intérieur et international. Cette entreprise a reçu l'impulsion dont elle avait besoin grâce à une subvention de démarrage puisée dans le Fonds canadien d'adaptation et de développement rural (FCADR) d'AAC, auquel sont affectés 60 millions de dollars par année.

S'adapter à l'économie d'aujourd'hui

Ce secteur d'activité a pour objet l'adaptation au changement et l'exploitation optimale des possibilités qu'offrent les nouveaux accords commerciaux internationaux, les progrès scientifiques et technologiques ainsi que les marchés en évolution.

En 1995, AAC a créé le Fonds canadien d'adaptation et de développement rural (FCADR), dont le budget annuel s'établit à 60 millions de dollars, afin d'améliorer la performance économique et la capacité d'adaptation du secteur. Par le truchement de 23 initiatives nationales et de 13 conseils d'adaptation provinciaux dirigés par le secteur, le FCADR soutient ce dernier dans ses efforts d'adaptation, en particulier dans les domaines où il aurait de la difficulté à agir seul. Son approche consiste à établir des partenariats et des alliances stratégiques avec le secteur. Par exemple, le FCADR fournit des crédits de 11 millions de dollars à l'Agence canadienne d'inspection des aliments pour qu'elle puisse aider l'industrie de la transformationà appliquer les normes du Système d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques (HACCP). L'Organisation mondiale du commerce prône l'application de ces normes pour assurer l'innocuité des aliments. Le FCADR soutient également les activités du Programme canadien de salubrité des aliments à la ferme, dans le cadre desquelles les associations nationales de producteurs spécialisés aident les exploitants à adopter des pratiques de salubrité alimentaire.

Étant donné que la stratégie du FCADR viendra à échéance en mars 1999, on a entrepris de vastes consultations afin de recueillir des idées qui faciliteront l'élaboration d'une stratégie pour l'avenir. Parmi les priorités soulignées à ce jour, mentionnons l'exploitation des débouchés commerciaux, l'innovation comme instrument de compétitivité, la salubrité alimentaire et la qualité, la protection de l'environnement, le développement rural et la capacité en ressources humaines. Dans

la stratégie d'adaptation envisagée pour l'après-1999, la compétitivité et l'autosuffisance seront les bases sur lesquelles reposeront la croissance et l'adaptation.

Évolution de la gestion de l'offre

Les systèmes de gestion des approvisionnements de lait, de volaille et d'ufs, qui assurent léquilibre entre l'offre et la demande, continuent d'évoluer. Tandis que leur cadre législatif a une portée nationale, leur structure opérationnelle est contrôlée surtout par les agences et les offices provinciaux. AAC continue d'appuyer et de promouvoir lévolution du secteur comme en témoignent l'élaboration de programmes d'exportation pour les produits transformés et la répartition plus souple des contingents de production entre les offices provinciaux et entre les producteurs.

Réforme de la politique sur les céréales et les oléagineux

Les relations de travail étroites avec l'industrie caractérisent les activités d'AAC dans tout le secteur. Depuis l'élimination des subventions au titre de la *Loi sur le transport du grain de l'Ouest* et la réforme d'autres lois sur le transport, AAC a collaboré avec la Commission canadienne du blé et le ministre des Transports à la mise sur pied d'un système efficace pour le transport et la manutention des grains - il s'agit d'un système qui offre aux consommateurs en temps opportun les produits qu'ils souhaitent. Dans de telles circonstances, il faut promouvoir des projets dirigés par l'industrie afin de maintenir la qualité des produits et leur livraison en temps voulu, à des prix qui ne sont pas supérieurs à ceux de nos principaux concurrents. Nous participons actuellement à un examen détaillé du système de transport et de manutention du grain de l'Ouest, qui sera terminée d'ici l'an 1999-2000.

Partenaires dans le changement

Fonds canadien d'adaptation et le développement rural

Nouvelles applications, nouveaux marchés

Le Conseil canadien des applications nouvelles en agriculture (CCANA) accélère la mise au point de nouveaux aliments et de nouvelles applications non alimentaires des produits agricoles. Le CCANA, qui reçoit une subvention de 200 000 $ du FCADR, est en train de se constituer de solides assises qui l'aideront à obtenir des fonds d'autres sources. Il fait également la promotion de la R. et D. et des applications pratiques. Le résultat net : de nouveaux produits pour se lancer à la conquête des marchés mondiaux.

Le Partenariat rural canadien

20 millions de dollars pour donner aux collectivités rurales les moyens de soutenir la concurrence dans l'économie mondiale

Le gouvernement du Canada donne suite à son engagement d'accroître les possibilités pour les Canadiens ruraux et d'adapter ses programmes de façon à refléter les réalités rurales; il vient en effet de confirmer l'affectation de 20 millions de dollars sur quatre ans au Partenariat rural canadien (PRC).

Avant tout, le PRC représente une nouvelle façon de fonctionner pour l'administration fédérale. L'objectif est d'assurer la coordination des activités fédérales et de bâtir un réseau d'appui aux collectivités rurales. Les montants serviront à financer les projets de développement communautaire découlant des idées du gouvernement et des organismes non

gouvernementaux.

Un montant de 3,2 millions de dollars servira en 1998-1999 à financer une série de projets pilotes conçus pour mettre à l'essai de nouveaux moyens de s'attaquer aux enjeux ruraux, tels que l'accès à des soins de santé de qualité et aux capitaux, et l'amélioration des services en milieu rural. Un comité consultatif formé de Canadiens des secteurs ruraux aidera à sélectionner les projets, qui reposeront sur un partenariat. Les fonds du PRC seront utilisés comme levier pour obtenir l'appui d'autres ministères et organismes et d'autres sources rurales. Les projets contribueront à améliorer le niveau de vie dans les collectivités rurales et à mieux équiper ces dernières pour soutenir la concurrence dans l'économie mondiale.

La lentille rurale

Cette collaboration a déjà débouché sur ce que l'on a baptisé la **« lentille rurale »**, une initiative annoncée en février 1998 et qui consiste, pour les ministères et organismes fédéraux, à tenir compte de l'incidence sur les Canadiens vivant en milieu rural de leurs décisions futures en matière de politiques, de programmes et de services. En 1998-1999, le gouvernement fédéral s'attardera à intégrer les préoccupations rurales aux politiques économiques en s'inspirant d'une liste de contrôle préparée par AAC. En 1999-2001, nous élargirons le cadre de notre travail pour englober les politiques et programmes sociaux à l'échelon fédéral.

Le gouvernement sollicite activement l'opinion des collectivités rurales dans le cadre de son engagement à mieux évaluer les enjeux ruraux et à adapter ses programmes et services aux besoins ruraux. Les Canadiens ont été invités à prendre part à ce « dialogue rural » en participant aux ateliers régionaux sur le dialogue rural ou en remplissant un cahier de consultation. L'information recueillie a servi à identifier des sujets qui ont été discutés à l'Atelier rural national qui s'est tenu à Belleville, du 2 au 4 octobre dernier. Les documents sur le dialogue rural sont disponibles sur le nouveau site rural du gouvernement (**www.rural.gc.ca**).

Accès à l'économie fondée sur le savoir

Les ministères fédéraux unissent de plus en plus leurs efforts pour donner aux collectivités rurales les outils dont elles ont besoin afin de participer
à l'économie mondiale axée sur le savoir. Il s'agit de l'une de nos plus importantes priorités dans le Canada rural, où vivent neuf millions d'entre nous.

Bien qu'il existe un grand nombre de programmes fédéraux visant à aider les Canadiens à acquérir des connaissances et des compétences, les citoyens ruraux ne sont pas toujours au courant de ces programmes ou, en raison d'autres facteurs, n'ont pas le même accès à ces programmes que dans les centres urbains. Notre défi consiste à nous assurer que tous les Canadiens ont accès aux outils nécessaires pour prospérer dans notre économie.

Le Secrétariat rural, de concert avec la Bibliothèque canadienne de l'agriculture, gère le Service canadien d'information rurale. Il continuera à offrir aux collectivités rurales et à leurs membres accès à de l'information à jour sur les politiques et les programmes, les conférences et les réunions, ainsi que les grands dossiers ruraux. À titre d'exemple, nous créerons en réponse

aux demandes de consultation des « indicateurs » d'information, comme ceux qui existent déjà dans le domaine du tourisme rural, de l'entrepreneuriat, des possibilités pour les jeunes des secteurs ruraux, du recrutement de médecins ruraux et du microcrédit.

Pour mieux informer les gens du secteur rural, nous sommesà enrichir une trousse de ressources rurales intitulée *Canada... Au service de ses communautés rurales,* dont la première version avait fait fureur en 1997. On y trouve maintenant de l'information sur plus de 200 programmes et services fédéraux offerts aux Canadiens des secteurs ruraux. L'édition de 1998 est produite sous forme d'un dictionnaire de poche plus pratique sur les programmes, qui estégalement disponible en version électronique. Les gens pourront se le procurer par l'intermédiaire des bureaux fédéraux et des 5 000 comptoirs ruraux de la Société canadienne des postes.

À AAC, **la manière** dont nous diffusons l'information est importante, car nous voulons qu'elle atteigne les secteurs ruraux. Le SEIAC est un système d'information électronique mis au point par AAC; il sert de guichet pour la diffusion de l'information agricole et agroalimentaire à l'échelle nationale. AAC, par l'entremise du Secrétariat rural, collabore étroitement avec les responsables du Programme d'accès communautaire d'Industrie Canada, qui branchera sur Internet 5 000 rurales et éloignées d'ici l'an 2000. Dans le cadre du Projet canadien de partenariats ruraux, nous étudions d'autres possibilités de travailler avec les sites du PAC pour favoriser le développement communautaire.

Information - et infrastructure

Si l'accès aux programmes et à l'information est une assise essentielle à la croissance commerciale, on peut en dire tout autant d'une bonne infrastructure communautaire. Les services de qualité attirent de nouvelles entreprises. AAC collabore avec ses partenaires du monde des affaires et des collectivités à mettre en place une infrastructure et des services propres à stimuler la croissance commerciale grâce à une augmentation du financement et du soutien technique. Notre objectif est de fournir un meilleur soutien aux nouvelles entreprises rurales et aux entreprises existantes qui prennent de l'expansion. De façon plus précise, AAC s'intéressera à l'infrastructure communautaire et régionale élargie par le biais d'initiatives telles que l'ARAP, le Programme de l'aménagement hydraulique rural, qui offre de l'aide technique ainsi qu'un certain appui financier pour le développement de réseaux d'aqueduc et de distribution d'eau.

Ça c'est de l'animation!

L'exposition rurale itinérante captive les enfants (et les enseignants aussi)

Le stand rural du gouvernement du Canada a été aménagé dans quelque 100 collectivités rurales l'an dernier. La vedette de l'exposition était un jeu interactif animé d'AAC, intitulé Jeu questionnaire sur les régions rurales. Vu la réaction enthousiaste des enfants, le Partenariat rural canadien envisage de le présenter dans les classes de l'élémentaire à la grandeur du pays. Pour renseignements, communiquer avec : Mary Jane Tower, 613-759-7903, courrier électronique : towerm@em.agr.ca

---

Coopératives : Etudier de nouvelles possibilités

Créer des entreprises rurales signifie également créer des coopératives dans tout le pays. Les coopératives canadiennes se trouvent renforcées par l'adoption d'une nouvelle loi appelée *Loi sur les associations coopératives du Canada.* En outre, la mise à jour des règlements relatifs à la *Loi sur les prêts destinés aux améliorations agricoles et à la commercialisation selon la formule coopérative* facilitera aux coopératives l'accès à des prêts garantis et assouplira les mécanismes d'obtention de capital des coentreprises coopératives nouvelles et existantes.

Les coopératives agricoles du Canada, dont le nombre dépasse 1 200, comprennent aussi bien de vastes organisations comme les pools de blé que des entreprises plus petites comme les coopératives de matériel lourd agricole. À titre d'organisations communautaires détenues par leurs membres, elles représentent des alliés naturels des gouvernements pour ce qui est de promouvoir l'autonomie du secteur.

Le Secrétariat des coopératives d'AAC est aussi mandaté pour coordonner les politiques gouvernementales des coopératives dans les secteurs extérieurs à l'agriculture (services financiers, biens de consommation, santé).

Au cours des trois prochaines années, l'industrie prévoit effectuer un examen continu des plans d'activités des ministères et organismes fédéraux qui visera à cerner les possibilités de partenariats en coopérative.

En février 1988, AAC parrainait un premier symposium national des coopératives afin de stimuler les discussions du secteur et du gouvernement et de formuler les orientations futures.

Précédente Suivante

Canada

Saine gestion ministérielle

Faire preuve d'une gestion opérationnelle saine et d'excellence dans le service afin d'atteindre les résultats visés pour les Canadiens

Obtenir des résultats grâce à une saine gestion

Savoir où nous allons	Évaluation de notre rendement	Travailler efficacement
S'améliorer en chemin : préparer l'avenir	Des effectifs bien choisis	Devenir un employeur de choix
S'épanouir dans un environnement exigeant : Les bons outils, systèmes et processus	Répondre à la demande d'information de l'industrie - rapidement!	Objectif global : amélioration continue

Le secteur d'activité Saine gestion ministérielle vise à s'assurer que toutes les ressources confiées au Ministère - les gens, les briques et le mortier ainsi que les connaissances dont nous disposons - sont convenablement affectées et utilisées en vue d'obtenir des résultats jugés souhaitables par le secteur agricole et agroalimentaire et l'ensemble des Canadiens.

Ce secteur d'activité est centré sur l'exercice d'une saine gestion - sur la façon dont nous menons nos affaires. La saine gestion, bien qu'elle demeure relativement invisible pour nos clients, est essentielle au succès d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Elle fournit, de la manière la plus efficace possible, les politiques de gestion, l'infrastructure de services et le soutien qui permettent à AAC d'exceller.

Savoir où nous allons

Pendant plus d'un an, AAC a travaillé à implanter une **culture de gestion axée sur les résultats** : nous savons ce que nous voulons réaliser pour le Canada et la manière d'y parvenir. Toute notre planification repose sur une orientation stratégique commune, à savoir notre vision d'un secteur agroalimentaire autonome et en croissance. Au cours des prochains mois, nous travaillerons à énoncer de manière plus précise nos valeurs ministérielles, qui nous guident dans nos efforts collectifs pour atteindre nos objectifs.

Clé menant au succès Saine gestion ministérielle	Principaux résultats prévus
	• Confirmer la vision, la mission et les valeurs du Ministère. • Mettre en place des effectifs motivés, engagés et représentatifs, composés de personnes bien choisies. • Mettre en œuvre au cours des trois prochaines années notre stratégie des ressources humaines, *Préparer l'avenir*. • Fournir aux employés d'AAC les outils dont ils ont besoin — technologie, accès à la formation et au perfectionnement. • Élaborer un ensemble détaillé de stratégies de mesures afin de mieux évaluer nos progrès et de définir les correctifs nécessaires, alors que nous poursuivons notre quête d'améliorations continues en matière de rendement.

Évaluation de notre rendement

Dans les sections précédentes de *L'excellence sur la scène mondiale,* nous avons établi notre stratégie. Les objectifs de nos secteurs d'activité représentent la feuille de route qui déterminera notre orientation stratégique au cours des trois prochaines années. Non seulement ces objectifs définissent clairement notre défi collectif, mais ils constituent notre barre de mesure, un moyen clair et transparent de fournir au Parlement et aux Canadiens une information complète et d'actualité.

C'est le rôle du secteur d'activité Saine gestion ministérielle de guider le processus de production de rapports. Le Ministère a défini la responsabilité d'obtenir des résultats au palier du secteur d'activité et de la direction générale, et Saine gestion ministérielle s'affaire à l'élaboration d'une stratégie de mesures détaillée qui nous aidera à mieux évaluer nos progrès et à prendre des correctifs au besoin. À titre de Ministère, obtenons-nous des résultats? Quel est le coût de la concrétisation de ces résultats? Nos programmes et services sont-ils adaptés aux besoins du client? Quels sont les écarts entre nos objectifs et nos réalisations?

Pour nous aider à combler notre besoin d'une information pertinente avec laquelle mesurer notre rendement, nous sommes à mettre en uvre
SATURNE, un système perfectionné de gestion des ressources. Grâce à la combinaison de SATURNE et de PeopleSoft, un système de gestion des ressources humaines exploité par AAC et en pleine expansion, les gestionnaires auront accès à de l'information intégrée sur les ressources humaines et financières. D'ici l'an 2000, ils auront accès à ces données sur leur ordinateur de bureau.

Vivre nos valeurs

Étant donné que les valeurs au travail sont indissociables de la satisfaction d'un employé, AAC a entrepris le processus de révision de ses valeurs ministérielles en se tournant vers les gens qui vivent ces valeurs. Au terme d'une série de discussions sous forme de groupes, le personnel d'AAC a cerné trois valeurs considérées comme étant fondamentales : l'intégrité, l'excellence et la valorisation du personnel. Nos plans pour l'avenir sont les suivants : exposer davantage ces valeurs dans chacune des directions générales du Ministère et s'assurer, d'ici 2001, qu'elles font partie intégrante de nos systèmes de récompense et de nos évaluations du rendement. Nos valeurs formeront l'assise de chaque politique, mesure et interaction qui prendra forme dans notre ministère.

Travailler efficacement

La nouvelle Structure de planification, de rapports et de responsabilité apporte une plus grande coordination dans la gestion du Ministère sur les plans stratégiques et opérationnels. À titre d'exemple, nous nous efforçons de réduire, à l'échelle du Ministère, les exigences en matière de rapport et les formalités administratives auxquelles doivent se soumettre les gestionnaires en utilisant l'information relative aux plans des secteurs d'activité pour un certain nombre d'activités de planification et de présentation de rapports.

S'améliorer en chemin : *Préparer l'avenir*

Le secteur d'activité Saine gestion ministérielle entend poursuivre des mesures efficaces et une **amélioration continue.** Un tel exercice ne signifie pas seulement établir des orientations et contrôler le rendement, mais aussi trouver des façons d'accroître l'engagement du personnel d'AAC. Nous y parvenons par le biais de notre stratégie de gestion des ressources humaines, intitulée *Préparer l'avenir,* qui repose sur le principe selon lequel les gens constituent la ressource la plus importante du Ministère.

En marge de La Relève, l'initiative pangouvernementale qui vise à moderniser et à renouveler la fonction publique, AAC a conçu ses propres stratégies pour recruter, motiver et former des gens de calibre supérieur, et pour les aider à s'épanouir dans notre milieu de travail de plus en plus compétitif.

Pour motiver davantage un effectif de 5 500 personnes dans tout le Canada, il faut non seulement une orientation claire, mais aussi des possibilités. Avec la mise en uvre de notre stratégie *Préparer l'avenir,* nous devenons une organisation dotée d'une réceptivité accrue, qui travaille plus étroitement avec les employés d'AAC à offrir les possibilités et l'environnement nécessaire au succès d'une main-d'uvre dynamique.

Le sondage que nous avons mené auprès des employés au début de 1998 nous a donné une solide base sur laquelle appuyer nos efforts. Plus de 50 p. 100 du personnel a répondu à l'enquête, et la plupart d'entre eux - 85 p. 100 - ont avoué aimer leur travail et en tirer de la fierté. C'est là une des clés de l'excellence du service.

Cela étant, l'enquête nous a également appris qu'il nous reste beaucoup à faire. Nous insisterons sur des communications plus ouvertes et rechercherons des possibilités d'apprendre, par exemple, à aider nos employés à réaliser leur plein potentiel et à devenir de meilleurs ambassadeurs dans l'industrie dont nous dépendons tous. Des ressources humaines solides sont synonymes d'affaires solides. Nous mènerons une enquête de suivi au printemps de l'an 2000 afin d'évaluer notre progrès.

Des effectifs bien choisis

IÀ vrai dire, nous travaillons déjà énergiquement à relever ces défis par le biais de l'ambitieux plan en sept points [illegible] Préparer l'avenir. Notre objectif est un effectif motivé, déterminé et représentatif, qui reflète la composition de la population active canadienne.

À titre d'exemple, nous nous engageons à diversifier notre main-d'uvre. La diversité n'est pas seulement souhaitable sur le plan des affaires : elle nous aide à répondre avec plus d'efficacité et de réceptivité aux besoins d'un public canadien diversifié et d'un marché de plus en plus mondial.

Nous établissons des objectifs réalistes, direction générale par direction générale, afin d'obtenir un effectif plus diversifié, et nous travaillons à relever, à l'échelle du Ministère, les obstacles qui se posent dans la façon dont nous recrutons des gens et faisons la promotion de nos employés. Conformément à notre planification, nous intensifions nos efforts pour offrir à nos employés des possibilités de formation et de perfectionnement adéquates, et nous mettons sur pied des ateliers d'apprentissage visant à offrir à nos gestionnaires les outils dont ils ont besoin pour diriger une main-d'uvre diversifiée.

Il ne s'agit là que d'un début. La diversité sous-entend l'appréciation et le respect des différences individuelles, de même que la recherche d'arrangements de travail nouveaux et plus flexibles pour nous tous.

Les mesures de la stratégie *Préparer l'avenir* concernant les domaines suivants :	
• Milieu de travail positif • Formation et perfectionnement • Planification de la relève	• Plan de carrière • Recrutement et dotation • Gestion de la

	diversité • Gestion du rendement

Devenir un employeur de choix

Les répercussions de nos services sont directement liées à la qualité des gens qui en assurent la prestation : l'excellence du Ministère dépend de l'excellence individuelle. Pour développer le potentiel de chacun des employés, AAC continuera à consacrer 4 p. 100 de son budget salarial à la formation. Les programmes de formation et de perfectionnement seront étroitement liés aux objectifs ministériels tels qu'énoncés dans les plans des secteurs d'activité ainsi qu'aux plans de carrière personnels de nos employés.

Nous insistons sur la planification de l'avenir à l'échelle du Ministère. Chacun des employés aura la possibilité de se préparer un plan de carrière personnel pour l'an 2000 et de travailler avec des superviseurs sur la planification nécessaire. Parallèlement, nous examinerons en profondeur la planification de la relève afin d'assurer un processus ouvert qui favorise les possibilités pour les futurs gestionnaires talentueux.

Notre objectif est simple : nous voulons accroître la satisfaction de l'employé et aider à faire d'AAC un employeur de choix.

Que vienne l'an 2000 : nous sommes prêts!

Une société internationale d'experts-conseils a souligné le mérite de notre planification. Nous prévoyons et réglons les problèmes afin d'assurer au public un accès ininterrompu à nos services d'information, et nous prenons soin de nos systèmes internes afin d'avoir la certitude que nos ordinateurs, nos cartes d'accès sécuritaire et nos ascenseurs fonctionneront en janvier 2000

S'épanouir dans un environnement exigeant :

Les bons outils, systèmes et processus

Les employés motivés - qui disposent des bons outils - constituent le véritable catalyseur du succès des secteurs d'activité. Il nous faut donner aux gens les outils dont ils ont besoin, qu'il s'agisse d'une meilleure technologie, d'une plus grande latitude pour prendre des décisions ou d'un accès accru à l'information. L'aménagement d'un milieu de travail plus productif et coopératif suppose une adaptation continuelle à un contexte mondial changeant et à un secteur en perpétuelle transformation.

Nous travaillons présentement à mettre en uvre les recommandations découlant de l'examen des Services de gestion et d'administration (SGA) réalisé en juin 1997, qui soulignait des manières concrètes d'accroître notre efficacité. Nous cultivons nos forces dans deux domaines clés : la gestion de l'information stratégique et la gestion de l'environnement.

Agriculture et Agroalimentaire Canada a été le principal promoteur et modèle d'un système de gestion de l'environnement à l'intention des ministères fédéraux. Cet outil de gestion offre une méthode systématique de suivi, de gestion et d'amélioration de la performance environnementale. En mettant en uvre le système au cours des trois prochaines années, nous jouerons un rôle beaucoup plus proactif dans la promotion d'une gérance avisée des ressources canadiennes, où chacune des décisions prises tiendra compte du facteur environnemental.

Répondre à la demande d'information de l'industrie - rapidement!

Le succès opérationnel d'AAC est intimement lié à celui de l'industrie et au bien-être des Canadiens. Aussi le Ministère investit-il davantage dans la prestation de services d'information répondant mieux aux besoins de ses partenaires de l'industrie et du public canadien. Le nouveau Programme des produits intégrés du savoir est conçu pour fournir une coordination, des conseils et des orientations sur le partage d'information à l'intérieur et à l'extérieur du Ministère.

- Le site Web du Service électronique d'information d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (SEIAC) constitue un guichet électronique de diffusion de l'information du Ministère (www.agr.ca).
- Le SEIAC offre un accès rapide au site Web Commerce agroalimentaire 2000 et à la base de données.
- La Bibliothèque canadienne de l'agriculture et l'Institut canadien de l'information scientifique et technique ont construit des liens électroniques offrant un accès unique aux deux collections de ressources nationales.

Objectif global : amélioration continue

Cet intérêt environnemental appuyé, combiné à un engagement à diffuser une meilleure information à notre personnel et à notre secteur, sont des éléments clés pour qui veut connaître du succès dans un monde où s'exerce une vive concurrence. Si nous assortissons les bonnes personnes aux bons outils et si - individuellement et comme organisation - nous demeurons fidèles à la poursuite de l'amélioration continue, nous pouvons maximiser les résultats, non seulement pour le Ministère et ceux qui y travaillent, mais aussi pour le secteur et tous les Canadiens.

Les artistes de l'excellence sur la scène mondiale

Les gens qui excellent obtiennent d'excellents résultats, c'est connu. Les spécialistes d'AAC, par exemple, ont une feuille de route des plus éloquentes. Récemment, deux des leurs ont été décorés de l'Ordre du Canada : Constantine Campbell, du Centre de recherches de Swift Current (pour ses travaux sur les sols), et Peter Harris, du Centre de recherches de (pour ses travaux sur l'utilisation d'insectes dans la lutte contre les mauvaises herbes).

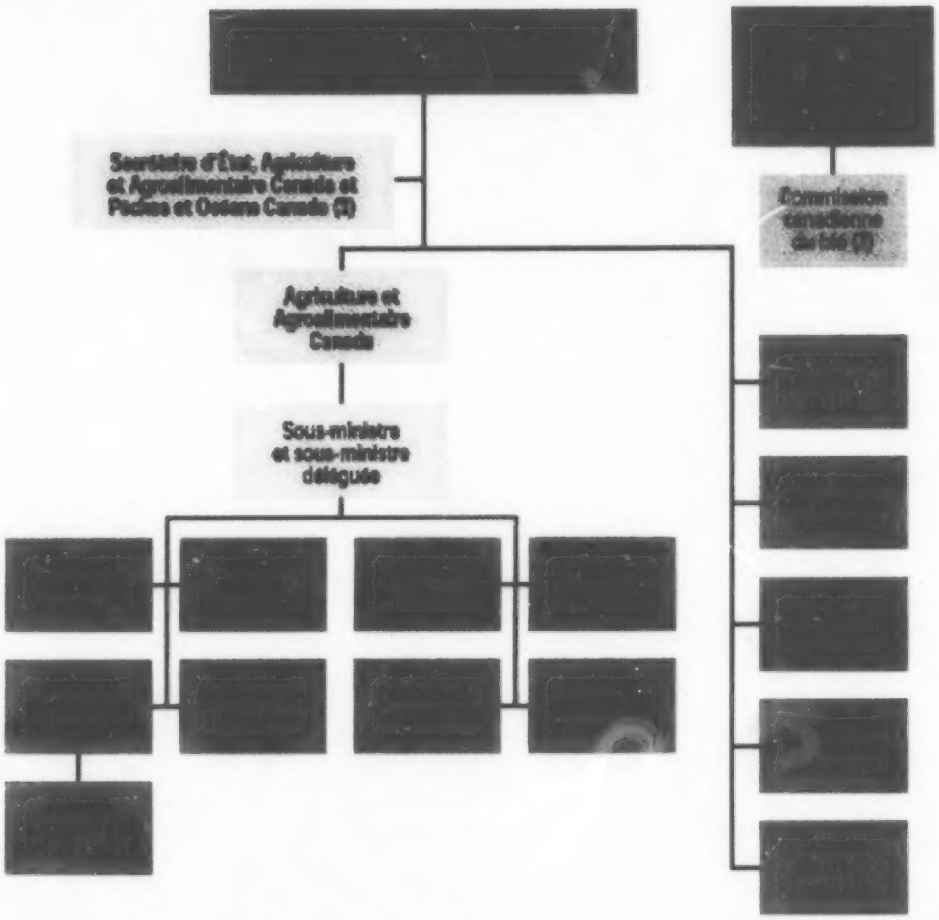
Outre les honneurs individuels, nos équipes d'AAC remportent souvent des prix décernés par la fonction publique. C'est le cas de l'équipe des Services de renseignements géographiques de l'ARAP, qui a été honorée pour la façon dont elle a géré l'information pendant l'inondation de la rivière Rouge, et de notre équipe ExportSource, qui a travaillé de concert avec d'autres ministères fédéraux pour mettre la technologie de l'information au service des exportateurs canadiens.

Et pour souligner le mérite des gestionnaires qui lui donnent le leadership dont il a besoin dans sa quête de l'excellence, AAC a créé les prix annuels Agcellence, dont celui du « Gestionnaire de l'année ». En 1997, c'est Yvon Martel, directeur général de la Région de l'Est à la Direction générale de la recherche, qui a décroché la palme. Son rôle consiste notamment à travailler en collaboration avec le secteur pour définir une vision commune qui permettra à celui-ci d'être plus compétitif dans la région.

Précédente Suivante

Canada

Coup d'œil sur les portefeuilles



Notes:

(1) L'honorable Ralph Goodale est le ministre responsable de la Commission canadienne du blé.

(2) La Commission canadienne du blé fait partie du portefeuille de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

(3) Le Cabinet du secrétaire d'État à l'Agriculture et à l'Agroalimentaire et aux Pêches et Océans est financé par Pêches et Océans Canada.

(4) Depuis le 1er avril 1997, l'Agence canadienne du pari mutuel relève de la Direction générale des services intégrés.

(5) Le 1er avril 1997, la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments a été intégrée à l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Agriculture et Agroalimentaire Canada, créé en 1867, emploie maintenant quelque 4 611 employés déployés partout au Canada et répartis entre la Direction générale de la recherche, la Direction générale des politiques, la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, l'Administration du rétablissement agricole des Prairies, ainsi que les

canadiens. Son rôle consiste à réglementer les systèmes de manutention des grains et à établir les normes de qualité de ces produits. (779 employés)

Le Conseil national des produits agricoles, de concert avec les offices canadiens de commercialisation des

L'Agence canadienne d'inspection des aliments veille à la compétitivité des secteurs de l'agriculture, de l'alimentation et du poisson en assurant l'innocuité, la salubrité et la qualité de ces produits au Canada et de ceux qui proviennent de partout dans le monde, en appliquant les normes de sécurité, en luttant contre les maladies des animaux et les ravageurs des végétaux, en

directions générales des services ministériels, soit celles des Ressources humaines, des Services intégrés, des Communications et de l'Examen des programmes. L'Agence canadienne du pari mutuel, qui fait partie d'AAC, protège le public spéculatif contre les pratiques frauduleuses en garantissant l'intégrité des systèmes de pari dans l'industrie des courses de chevaux partout au Canada.

De plus, AAC collabore étroitement avec cinq sociétés d'État et organismes gouvernementaux.

La Commission canadienne des grains est un organisme de service spécial qui a pour mandat de protéger la qualité des grains

ufs, du dindon, du poulet et des ufs d'incubation du poulet de chair ainsi qu'avec les agences de promotion et de recherche, veille à la commercialisation des produits partout au Canada et à l'étranger. (18 employés)

La Commission canadienne du lait coordonne la gestion de l'offre nationale de lait de transformation conformément aux dispositions du Plan national de commercialisation du lait. (62 employés)

La Société du crédit agricole favorise l'essor de l'agriculture au Canada en offrant des services financiers aux entreprises agricoles, y compris aux fermes familiales et à d'autres entreprises connexes dans les collectivités rurales. (837 employés)

inspectant les aliments, en prévenant les fraudes et en réglementant les semences, les aliments du bétail et les engrais. (4 556 employés)

En dernier lieu, AAC offre un soutien et des services au ministre responsable de la Commission canadienne du blé (CCB) sur toute question relative à la CCB.

La Commission canadienne du blé met en marché les grains canadiens au meilleur prix possible, et tous les revenus tirés de ses ventes, moins les coûts de mise en marché, sont remis aux agriculteurs. Depuis juin 1997, la Commission canadienne du blé relève du portefeuille de Ressources naturelles Canada. (572 employés)

Précédente Suivante

Canada

Comment communiquer avec nous

Comment communiquer avec nous

Au Canada, veuillez consulter les pages bleues de votre annuaire téléphonique pour obtenir le numéro local d'AAC. À l'extérieur du pays, communiquez avec l'agent diplomatique canadien le plus proche. Nous vous mettrons en communication avec la personne appropriée qui pourra vous aider. Vous pouvez également communiquer avec nous électroniquement, par téléphone, par télécopieur ou par courrier. Pour de plus amples renseignements au sujet de la production agroalimentaire au Canada, ou pour obtenir une liste des publications gratuites du Ministère, veuillez communiquer avec :

Service d'information publique
Agriculture et Agroalimentaire Canada
Édifice Sir-John-Carling, pièce 133
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) Canada K1A 0C5
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 759-6726
Courrier électronique : pirs@em.agr.ca

AAC offre un service électronique d'information (SEIAC) qui vous permet d'accéder instantanément à l'information et aux services du Ministère, y compris les programmes agroalimentaires fédéraux, le commerce, les prix des produits, la réglementation, l'agri-science et la technologie.

Veuillez communiquer avec nous sur Internet
à l'adresse suivante : www.agr.ca
ou par modem au : 1-800-234-4410
Pour obtenir une réponse téléphonique informatique ou une réponse automatique par télécopieur, composez le : 1-800-346-2222

No de publication 1970/F

Pour obtenir des exemplaires supplémentaires, veuillez vous adresser au :

Service des publications ministérielles
Agriculture et Agroalimentaire Canada
Édifice Sir-John-Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Téléphone : (613) 759-6626

This document is available in English under the title Global Excellence - AAFC Corporate Strategic Plan 1998-2001

Précédente Débu

Canada